

Alberto Carlos Augusto Klein
André Azevedo da Fonseca
Hertz Wendel de Camargo
Mariana Furio da Costa
(Organizadores)



IMAGINÁRIOS E MITOLOGIAS
CONTEMPORÂNEAS

LEDI - UEL

**ALBERTO CARLOS AUGUSTO KLEIN
ANDRÉ AZEVEDO DA FONSECA
HERTZ WENDEL DE CAMARGO
MARIANA FURIO DA COSTA**
(Organizadores)

IMAGINÁRIOS E MITOLOGIAS CONTEMPORÂNEAS

Livro publicado com apoio do Conselho
Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico - CNPq



LEDI - UEL

CONSELHO CIENTÍFICO

Ana Heloisa Molina (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)
Angelita Marques Visalli (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)
Áureo Busetto (Universidade Estadual Paulista, Brasil)
Carlos Alberto Sampaio Barbosa (Universidade Estadual Paulista, Brasil)
Carolina Amaral de Aguiar (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)
Edméia Ribeiro (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)
Fausta Gantús Inurreta (Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora, México)
Paulo César Boni (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)
Renata Aparecida Frigeri (Faculdade Pitágoras, Brasil)
Richard Gonçalves André (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)
Rogério Ivano (Universidade Estadual de Londrina, Brasil)

CONSELHO EDITORIAL

Amanda Keiko Yokoyama
Bianca Martins Coelho
Danilo Pontes Rodrigues
Ingrid Batista Marques
José Rodolfo Vieira
Lucas Ciamariconi Munhóz
Maiara Caroline Gasparotto Zabini

INFORMAÇÕES CATALOGÁFICAS

KLEIN, Alberto Carlos Augusto; FONSECA, André Azevedo da; CAMARGO, Hertz Wendel de; COSTA, Mariana Furio da (Orgs.). **Imaginários e mitologias contemporâneas**. Londrina: LEDI, 2022.

ISBN: 978-65-85222-02-0

Capa: Evert F. Baumgardner, *Família assistindo televisão*, c. 1958.
Fonte: National Archives and Records Administration. Imagem de domínio público.

Livro de distribuição gratuita.

Sumário

APRESENTAÇÃO	6
FAKE NEWS E VALOR-NOTÍCIA: COMO A MENTIRA SE DISFARÇA DE JORNALISMO Fábio Alves Silveira	7
WHO THE HELL IS LUCIFER? UMA ANÁLISE DA SÉRIE LUCIFER DA NETFLIX Nathalia Akemi Lara Haida	25
VOYEURISMO E EXIBICIONISMO MIDIÁTICOS: A FORMAÇÃO DE IMAGINÁRIOS CONTEMPORÂNEOS REVISITANDO “O SHOW DE TRUMAN” Luisa Christoffel	43
O ESPETÁCULO E O MITO DA CAVERNA NO FILME O SHOW DE TRUMAN: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA Isabella de Carvalho Abrão	62
UM DEMÔNIO PARA AMAR: A IMAGEM DE MAZIKEEN COMO NINFA NA SÉRIE LUCIFER Patrícia Bedin Alves Pereira	83
PRÁTICAS DE INTERMIDIALIDADE NA CONTEMPORANEIDADE: A MITOLOGIA DO TEMPO EM DARK Vanessa Luiza de Wallau	103
DISTOPIA E CONSUMO: CONFLUÊNCIAS POSSÍVEIS ENTRE O HOMEM UNIDIMENSIONAL, DE HEBERT MARCUSE, E A SOCIEDADE DE FAHRENHEIT 451, DE RAY BRADBURY Matheus Silva Falcão; Renata Brauner Ferreira	126
A FIGURA DA BRUXA E LUTA CONTRA O PATRIARCADO NA NARRATIVA SUBVERSIVA DE “O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA” Cristiano Rantin	141
A GRAMÁTICA DAS ENCRUZILHADAS: REPRESENTAÇÃO E ENCARNAÇÃO DAS MACUMBAS NA TRAJETÓRIA DO CINEMA BRASILEIRO Eduardo Martins Zimermann Camargo	165
“ESTAMOS NO ESPAÇO, NÃO TEM SOL AQUI”: ARQUÉTIPOS, TRANSTEMPORALIDADE MÍTICA E NARRATIVAS DE FICÇÃO CIENTÍFICA EM DRÁCULA 3000 Osmar Serafim Buzinhani; Victor Finkler Lachowski	178
SONHOS DE CONSUMO, FÉ NO PARAÍSO E FUNK OSTENTAÇÃO: O VIDEOCLÍPE COMO ALTAR SACRIFICIAL Sionelly Leite	202

O OUTRO LADO DO MITO NA MÚSICA DO HEAVY METAL: DISCUTINDO A FUNÇÃO E A CONTRADIÇÃO MÍTICA NO CAMPO ARTÍSTICO DO METAL Muryel Moura dos Santos.....	218
O IMAGINÁRIO NO RÁDIO: O ARQUÉTIPO DO TRICKSTER Rafaeli Francini Lunkes Carvalho; Hertz Wendel de Camargo.....	233
MITO E ORIXÁ: UMA ANÁLISE DO ITÂN DO AMOR DE OXUM E OXÓSSI NO VIDEOCLÍPE ONDA, DE MC THA FT. JALOO E FELIPE CORDEIRO Renan da Silva Dalago; Altamir Botoso	246
BATMAN POR TRÁS DA MÁSCARA Luísa Torres Americano; Alvaro Americano.....	264
A ICONOFAGIA DA SÉRIE FINAL FANTASY E A RESSIGNIFICAÇÃO DE MITOS NOS VIDEOGAMES Durval Ramos Junior.....	277
O JOYSTICK E A AMEAÇA NUCLEAR: IDEOLOGIA EM CALL OF DUTY: BLACK OPS Dalton Santana Lima.....	298
ÁGUA MOLE EM PEDRA DURA: F(R)ICCIONANDO O IMAGINÁRIO OCEÂNICO Lucas Lins.....	324
TÉCNICAS DE NEUROCIÊNCIA APLICADAS EM PESQUISAS PUBLICITÁRIAS: ASSOCIAÇÕES ENTRE CORES, COSMÉTICO E PERSONIFICAÇÃO MITOLÓGICA Marcia Cristina Varella Ehrenfried Letícia Salem Herrmann Lima	340
DREAM CRAZY: UMA ANÁLISE DA RETÓRICA IMAGÉTICA PUBLICITÁRIA Nattalia Todeschini Vieira.....	368
R\$ 0,20 E AS JORNADAS DE JUNHO DE 2013: AGENCIAMENTOS COLETIVOS, LINGUAGENS E AS NARRATIVAS MÍDIÁTICAS COMO MANANCIAS DA INSTABILIDADE E DO ÓDIO Luís Delcides Rodrigues da Silva; Emerson Penha Malheiro.....	387

**BURNING MAN FESTIVAL: SURFANDO UTOPIAS NA HISTÓRIA DE UMA IDEIA
SOBRE NEUROCIÊNCIA DO CONSUMO**

Ludmila Martins Naves.....403

**REFLEXOS DO IMAGINÁRIO EM CLÁUDIA ANDUJAR: AS NARRATIVAS DO
MASCULINO E DO FEMININO EM FOTOGRAFIA**

Rayane Lacerda; Ana Taís Martins.....425

IMAGENS E IMAGINÁRIOS DO NORDESTE NA LITERATURA DE SOCORRO ACIOLI

Viviane Santos Bezerra.....452

APRESENTAÇÃO

Há quinze anos, o Encontro Nacional de Estudos da Imagem (ENEIMAGEM) – que ganhou, posteriormente, faceta mais ampla, o Encontro Internacional de Estudos da Imagem (EIEIMAGEM) – teve sua primeira edição em 2007. Desde então, de forma bienal, o evento tem sido promovido pelo Laboratório de Estudos dos Domínios da Imagem (LEDI) da Universidade Estadual de Londrina (UEL), congregando pesquisadores e demais interessados no multifacetado universo da imagem.

Nesse sentido, o evento converteu-se num importante canal de interlocução para todos aqueles interessados na temática. Isso ofereceu condições para a progressiva consolidação de um campo de investigação que, há algumas décadas, era ainda lacunar. Na área da História, por exemplo, apenas recentemente a visualidade entrou de fato no repertório de fontes disponíveis aos pesquisadores, permitindo a emergência de uma história visual.

Os livros que compõem esta coleção, decorrentes da oitava edição do ENEIMAGEM e do quinto EIEIMAGEM (ambos realizados em maio de 2021 em meio a uma pandemia mundial), constituem uma importante amostra dessas interlocuções acadêmicas. Além disso, oferecem um vislumbre do estado da arte dessas produções, voltadas para o universo da arte, da escrita, da mídia, do jornalismo, do cinema, da fotografia, do humor, da educação, das representações sobre o Oriente, do consumo, bem como do gênero em suas conexões com o corpo e a sexualidade. Trata-se de um amplo repertório de discussões que sugerem, uma vez mais, o caráter prolífico dos estudos da imagem.

Desejamos a todos ótima leitura!

Comissão organizadora.

FAKE NEWS E VALOR-NOTÍCIA: COMO A MENTIRA SE DISFARÇA DE JORNALISMO

Fábio Alves Silveira*

1. Introdução

A questão das notícias falsas, representadas pelo anglicismo “fake news”, ganhou espaço considerável no debate público contemporâneo em várias esferas, seja na política, no jornalismo ou na academia. Apesar de a expressão ter ganhado popularidade recentemente, em particular a partir da gestão do ex-presidente dos EUA, Donald Trump (eleito em 2016, ele foi derrotado em 2020), o uso da mentira como arma na disputa política não é algo novo. A ditadura militar brasileira (1964-1985) “transformava” assassinatos praticados nos seus porões em “suicídios”; Joseph Goebbels, ministro da Propaganda de Adolf Hitler na Alemanha nazista, pregava que a mentira repetida mil vezes ganharia ares de verdade. No Brasil da década de 1930, paralelo às aventuras totalitárias do período, o fictício “Plano Cohen”, uma suposta conspiração sob o comando da Internacional Comunista foi usado para justificar a criação do Estado Novo, a ditadura sob Getúlio Vargas. Ainda podemos citar os tragicamente famosos “processos de Moscou” e os “apagamentos” de adversários políticos de fotos e da história sob o stalinismo na antiga União Soviética como exemplos do uso da mentira na política.

O uso de notícias falsas não é uma exclusividade ou um privilégio do campo político e nem é o objetivo deste artigo analisar o uso desse recurso neste domínio. A discussão sobre verdade e mentira também interessa ao jornalismo e é disso que pretendemos tratar aqui.

Não são poucos os episódios em que a postura adotada pela imprensa em determinadas conjunturas políticas gerou suspeitas quanto à veracidade de notícias publicadas. E nem recentes: Willian Randolph Hearst, magnata da imprensa estadunidense no fim do Século XIX, se dirigindo a seus correspondentes em Cuba que diziam não haver ambiente de hostilidade,

* Doutor em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP).

pediu a eles: “forneçam as imagens que eu vou fornecer a guerra”¹. As notícias publicadas pelos jornais de Hearst criaram o ambiente para uma guerra. DELMAZO E VALENTE (2018) tratam de situações ainda mais antigas de veiculação de notícias falsas nos Séculos XVI e XVII. Não por acaso, Hearst inspirou o protagonista do clássico “Cidadão Kane”, filme de Orson Welles, ganhador do Oscar em 1941.

No Brasil também não faltam exemplos: em 2009, quando a então ministra Dilma Rousseff começava a despontar como presidenciável, o jornal Folha de S. Paulo, o maior diário impresso do país, publicou uma polêmica ficha da ex-presidente, que teria sido elaborada por órgãos de repressão da ditadura militar, que atribuíam a ela ações armadas. A ficha, que circulava na internet, em sites de extrema-direita, nunca foi comprovada. Mesmo admitindo que não seria possível comprovar a veracidade da ficha, o jornal a estampou em manchete². Outro episódio importante aconteceu na eleição presidencial de 2010, na disputa entre Dilma e o ex-governador e senador paulista José Serra (PSDB). Em campanha na Baixada Fluminense, o tucano encontrou militantes petistas. Foi atingido na cabeça por um objeto que, ao fim e ao cabo, foi identificado como uma bolinha de papel. O episódio gerou uma batalha de narrativas, na qual parte da imprensa tentou impor a tese de que teria sido um objeto mais duro e pesado³.

Se por um lado o problema da mentira não é uma questão nova nem na política, nem na imprensa, é legítimo questionar o que há de novidade no fenômeno conhecido como *fake news*. O que há de novo desde o começo do século e que ganhou força na segunda década do Século XXI é o fortalecimento da internet em geral e das redes sociais, em particular. As novas tecnologias tiveram um forte impacto na forma como se consome e veicula notícias. Por um lado, as redes sociais quebraram o monopólio da mídia

¹ Disponível em: <https://jornalggn.com.br/historia/a-explosao-do-maine-e-o-inferno-espanhol/> Acesso em: 12 jun. 2020.

² Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/folha-publicou-ficha-falsa-de-dilma/> Acesso em: 12 jun. 2020.

³ O tema é tratado em vários textos. Usamos aqui como referência Rovai (2018, p. 305-306).

tradicional na emissão das notícias e por outro ampliaram o leque de possibilidades no que diz respeito ao consumo de notícias.

O que há poucas décadas era monopólio de jornalistas e empresas de comunicação, agora está ao alcance de qualquer cidadão comum: a divulgação de informações. Uma das novidades trazidas por essas tecnologias é que elas permitiram uma ampliação do espaço público, com a possibilidade de diversos atores sociais poderem se manifestar, resgatando uma pluralidade no debate que já não cabia ou não era admitida na imprensa tradicional. Mas junto com a possibilidade de ampliação da esfera pública, a internet também trouxe os algoritmos e a forma obscura com a qual as grandes corporações lidam com eles e com isso, a possibilidade de construção do que é conhecido como capitalismo de vigilância e também uma grande facilidade para a veiculação de notícias falsas e teorias conspiratórias, que ganharam um espaço inimaginável até então.

Importante notar que além do contexto histórico em que as novas tecnologias mudaram a forma como a sociedade se comunica e lida com as notícias, as *fake news* florescem num ambiente em que as instituições jornalísticas perderam credibilidade, inclusive por erros cometidos voluntária ou involuntariamente pela própria imprensa em determinadas conjunturas.

O presente capítulo tem como base uma pesquisa em andamento e que discute o fenômeno das *fake news*, analisando a forma como a veiculação das notícias falsas mimetiza o Jornalismo, adotando técnicas e instrumentos teóricos do campo jornalístico, particularmente o conceito de valor-notícia, um dos princípios basilares do exercício diário de apurar e veicular informações, feito diariamente nas redações de todo o mundo.

2. As notícias falsas

A diferença fundamental das *fake news* com relação aos erros jornalísticos é a intencionalidade. As *fake news* são falsificações deliberadas para atender diversos objetivos, que vão do econômico, ganhando a atenção dos leitores e com isso verbas publicitárias, por meio dos “cliques”, ao político, que é a contribuição com estratégias de imposição de narrativas no âmbito do debate público. Fazendo um trocadilho com o anglicismo que identifica o fenômeno, Eugênio Bucci afirma que “*news* não são *fake* e *fake news* não são *news*” (IN BARBOSA, 2020, p. 24). O que o autor quer dizer é que as notícias apuradas, editadas e veiculada em veículos de imprensa são notícias, mesmo que contenham erros cometidos voluntária ou involuntariamente ou mesmo ideias que possam ser consideradas absurdas. Mas esses veículos não são apócrifos e podem ser localizados e responsabilizados por eventuais erros. Já as *fake news* são uma fraude deliberada, simulando linguagem jornalística e que tentam dissimular a autoria e consequentemente a responsabilidade por elas. Ou seja, são falsificações.

Por isso o autor classifica as *fake news* como uma “nova modalidade de mentira”, com características muito bem definidas: além da tentativa de se fazer passar por enunciados jornalísticos, elas tem origem desconhecida, o que torna difícil a identificação da sua autoria; além de desconhecida a autoria pode ser forjada. Os textos lançam mão de informações reais para dar credibilidade e descontextualizam as informações para gerar o efeito desejado, que é desinformar; têm o claro intuito de enganar, ludibriar o público; dependem dos meios digitais e dos algoritmos para a sua difusão; o volume e a velocidade com que são produzidas não encontram precedentes; e por fim, o autor cita o fator econômico (Ibid, p. 28). Essas notícias falsas disputam o interesse do leitor e junto com ele, as verbas publicitárias que financiam tanto a atividade jornalística, quanto o próprio sistema de veiculação de *fake news*.

3. Valor-notícia

Embora se aproveitem de crises de credibilidade geradas pela imprensa a partir dos seus próprios erros – intencionais ou não –, os grupos que lançam mão das chamadas *fake news* fazem uso de técnicas e critérios jornalísticos para atuar. As notícias falsas se fazem passar por jornalismo a partir do texto, das chamadas e das imagens, para, como dissemos, fazer uso da credibilidade amealhada pelo jornalismo.

Entre as principais ferramentas do jornalismo que são usadas pelos produtores de *fake news*, pretendemos destacar nesta pesquisa o conceito de valor-notícia, tema de um vasto debate entre os teóricos do jornalismo. Os valores-notícia são os atributos intrínsecos aos fatos e que os tornam passíveis de serem noticiados pela imprensa⁴. O uso dos valores-notícia é fundamental para o trabalho cotidiano das redações. Eles aparecem em vários momentos da produção, desde a identificação dos fatos que serão escolhidos para serem noticiados, até quais aspectos desses fatos devem ser destacados no tratamento e na elaboração da notícia que será levada a leitores, telespectadores, internautas e ouvintes.

A discussão sobre os valores-notícia se faz necessária porque uma das características que permanecem inalteradas no jornalismo ao longo dos séculos é a constatação de que a matéria prima que dá origem às notícias é ilimitada, qualquer que seja a tecnologia usada para a veiculação, ao passo que os recursos das instituições jornalísticas para dar conta desse emaranhado de fatos, tem limites. Por recursos, levamos em conta fatores que vão desde a quantidade de equipes e de profissionais disponíveis para a produção do noticiário, até o espaço que esse noticiário tem para ser veiculado, passando pelo tempo em que ele deve ser produzido para chegar ao público dentro do horário previsto.

⁴ Entre os vários autores que trabalham o conceito de valor-notícia, destacamos aqui Gisele Silva, Marcos Paulo da Silva, Pamela Shoemaker, Mauro Wolf e Nelson Traquina

O descompasso entre fatos infinitos e estruturas limitadas torna necessária a adoção de rotinas, práticas e métodos de trabalho que deem conta do emaranhado de eventos e acontecimentos que podem, ao final do processo, ser apresentados ao público. Nesse sentido, os valores-notícia são um instrumento operacional para a tomada de decisões editoriais ágeis, que garantem a produção dos noticiários dentro da periodicidade de cada veículo de comunicação.

Gislene Silva et. al. (2014) defende uma separação entre os termos critérios de noticiabilidade, seleção de notícias e valor-notícia, que são tratados como sinônimos por alguns autores. Ela propõe uma sistematização pensando os critérios de noticiabilidade como um conceito mais amplo, encampando todo o processo de produção das notícias, incluindo interferências internas e externas às organizações jornalísticas. Esses critérios são pensados em três instâncias: na origem, no tratamento e na visão sobre os fatos, o que faz com que eles estejam presentes em todo o processo, da apuração à veiculação das notícias. Isso significa que os valores-notícia e a seleção de notícias são componentes dos critérios de noticiabilidade.

Os valores-notícia estão na origem do processo e tratam das características do fato em si. Aqui se pensa se há novidade, se o fato é de interesse público, se ele impacta sobre a vida dos leitores, se há algo no fato que quebre a normalidade. No primeiro contato com os fatos, esses atributos são usados para embasar a tomada de decisões sobre o que merece e o que não merece ser noticiado. Esse instrumento operacional garante decisões rápidas dentro do processo de seleção de notícias – sem os quais seria impossível fechar e entregar edições de jornais e noticiários ao público. Pode-se dizer que aqui são tomadas as primeiras decisões. É o momento em que repórteres, pauteiros ou produtores, editores e a chefia da redação definem o que merece ser apurado e o que já está descartado.

A ideia de valor-notícia aparece desde a primeira tese acadêmica sobre o jornalismo, defendida por Tobias Peucer em 1690, na Universidade de Leipzig, na Alemanha. O autor cita basicamente três categorias, que podem ser resumidas em quebra da normalidade (ou desvio), significância social e a

soma de quebra da normalidade com a significância social, que são usadas até hoje no debate sobre o valor-notícia.

A preocupação de Peucer permanece no debate acadêmico sobre os valores-notícia feito a partir do século XX. Shoemaker e Reese (2014, p. 171, 172) sustentam que as notícias são julgadas com base em valores-notícia que fornecem indicadores de notoriedade e constituem uma abordagem dos assuntos orientada para o público. Ao pensar nas notícias e usar os critérios para a sua escolha, os jornalistas estão pensando naquilo que o público poderia considerar atraente e importante.

Mauro Wolf diz que os valores-notícia “representam uma resposta à seguinte pergunta: quais acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos, relevantes para serem transformados em notícias?” (WOLF, 2005, p. 202). Embora sejam apresentados em forma de “lista”, os valores-notícia são usados em “maços” e de forma complementar. O uso deles é feito em todas as fases da produção de notícias, da seleção primária, à apresentação do produto. Esses valores são regras práticas que compreendem o corpus do conhecimento profissional, que explicam e guiam os procedimentos adotados no trabalho da redação.

Pode-se dizer que, ao lado de atualidade, os conceitos de desvio e significância social são os mais importantes para o jornalismo. Marcos Paulo da Silva divide o conceito de desvio em três instâncias teóricas: o desvio estatístico, que enquadra eventos que não são comuns, ou que chamam atenção por se tratar de realizações ou acidentes acima ou abaixo da média; o desvio normativo trata da violação ou elaboração de leis e regras; e por fim, o desvio de mudança social, que são os elementos que podem romper com a estabilidade de um sistema social (SILVA; DA SILVA; FERNANDES, 2014, p. 115). Ele recorre a Shoemaker para justificar o interesse humano por notícias desviantes com a “capacidade instintiva de focar atenção em eventos capazes de mudar/romper determinada ordem consolidada” (SILVA; DA SILVA; FERNANDES, 2014, p. 119). Nesse caso, a vigilância aos aspectos desviantes é considerada um traço natural das pessoas. Já a significância social é subdividida em quatro subdimensões: política, econômica, cultural e

pública. Shoemaker (SILVA; DA SILVA; FERNANDES, 2014, p. 16) fornece uma descrição sobre as categorias de significância social. A significância política trata ações legislativas, por exemplo. A econômica, de lucros das corporações ou mesmo prejuízos. A cultural trata, por exemplo, de um teatro local em decadência. No texto, a autora cita o bem-estar social como a quarta categoria, enquanto Silva usa o termo significância pública.

Com base no debate feito até aqui pode-se dizer que o valor-notícia é uma ferramenta fundamental tanto para o trabalho na redação, quanto para a disputa pela atenção do público, que é o que garante a audiência e sustenta financeiramente o jornalismo e as mídias enquanto negócio. Ao anunciar nos meios de comunicação, as empresas que compram esses espaços estão na verdade comprando a atenção que esses veículos conquistam, como uma forma de chegar até o público alvo, que são os consumidores.

4. Verdade factual

Lançando mão de critérios jornalísticos, além de disputar mercado publicitário, as notícias falsas também funcionam como uma importante ferramenta nas disputas políticas do período em que vivemos. Elas foram fundamentais para definir importantes disputas políticas em países como os EUA (2016) e o Brasil (2018), entre outros. Na década de 1960, Hannah Arendt já alertava que a sinceridade não é uma virtude política por excelência, A verdade factual, diz a filósofa, é frágil e tem poucas chances de sobreviver ao “assédio do poder”. Segundo Arendt, “as possibilidades de que a verdade factual sobreviva ao assédio do poder são de fato por demais escassas” (ARENDT, 2019, p. 287-288).

Fatos e eventos são entidades infinitamente mais frágeis que axiomas, descobertas e teorias – ainda que os mais desvairadamente especulativos – produzidos pelo cérebro humano; ocorrem no campo das ocupações dos homens, em sempiterna mudança, em cujo fluxo não há nada mais permanente do que a permanência, reconhecidamente relativa da estrutura da mente humana. Uma vez perdidos, nenhum esforço racional os trará jamais de volta. Talvez as probabilidades de que a matemática euclidiana ou a teoria da relatividade de Einstein – para não mencionar a Filosofia de Platão – fossem reproduzidas a tempo caso seus autores tivessem sido impedidos de legá-las à posteridade não sejam tampouco muito boas, todavia, são infinitamente maiores que a probabilidade de um fato de importância, esquecido ou, mais provavelmente, dissimulado pela mentira, ser algum dia redescoberto (ARENDT, 2019, p. 287-288).

Segundo Arendt, apesar de a verdade factual ser a de maior importância política, existe um conflito entre verdade e política. E como vimos, nesse conflito a verdade está numa posição de fragilidade diante do poder. Por isso, a verdade é buscada fora do domínio político, no isolamento com relação à comunidade e ao convívio com nossos semelhantes. Arendt aponta que entre “os modos existenciais de dizer a verdade [estão] a solidão do filósofo, o isolamento do cientista e do artista, a imparcialidade do historiador e do juiz e a independência do descobridor de fatos, da testemunha e do relator” (ARENDT, 2019, p.320-321). A imparcialidade para dizer essas verdades é adquirida fora do domínio político, ela é inerente a posições exteriores para exercer essas ocupações, razão pela qual aqueles que se ocupam dela não podem assumir compromissos políticos ou aderir a causas (ARENDT, 2019, p. 320-321).

O jornalismo pode ser incluído entre as atividades e instituições que se ocupam da verdade factual, assim como o Judiciário e a Universidade. Apesar de a verdade factual afetar o domínio político, a busca dela não pode invadir esse domínio, até porque essas verdades podem ser inconvenientes ou desconfortáveis para o poder (o que ajuda a compreender porque no Brasil do período de 2019 a 2021, essas sejam três das instituições mais atacadas pelo poder político instituído a partir das eleições presidenciais de 2018).

As chamadas *fake news*, como já dissemos, mimetizam as técnicas e os conceitos jornalísticos, mas jamais poderiam ser consideradas produto do jornalismo. Em primeiro lugar porque os produtores das notícias falsas não estão em busca da verdade factual, ainda que tragam um ou outro elemento da realidade – sempre descontextualizados – para dar algum verniz de veracidade ao conteúdo. E em segundo, porque ao servirem a propósitos e estratégias políticas, como tem sido visto no Brasil, elas se colocam dentro do que Arendt chama de domínio político – e não é esse o locus onde se situa o jornalismo e a verdade factual, segundo o raciocínio da filósofa alemã.

Num quadro de pandemia, como a do novo coronavírus, que atinge o mundo desde o final de 2019, mais do que sustentar narrativas e interesses de grupos políticos, o falseamento da realidade por meio das *fake news* é ainda mais pernicioso e até dramático. Pode-se dizer que se a informação correta é fundamental na prevenção e no enfrentamento de uma pandemia. Neste caso, não é exagero dizer que a diferença entre uma informação verdadeira ou falsa, como por exemplo o “tratamento precoce” com um remédio cuja eficácia não foi comprovada pela ciência e é descartado pela ‘Organização Mundial de Saúde (OMS) – só para ficar em um dos incontáveis exemplos –, pode ser a diferença entre a vida ou a morte.

Daí a necessidade de combater as *fake news* e, parafraseando o que Arendt diz com relação à política, resgatar a dignidade do jornalismo.

5. Falsificações no debate político brasileiro

É impossível aferir o volume de notícias falsas veiculadas em toda a internet, inclusive porque algumas costumam ser “recicladas” de tempos em tempos. Por isso, vamos tratar neste capítulo de algumas com forte simbolismo no debate político. Uma delas é o “kit gay”, usado para alavancar a carreira política do hoje presidente da República, Jair Bolsonaro. O início do debate sobre o chamado “kit gay” remonta a 2004, quando o Ministério da Educação lançou um programa chamado “Brasil sem Homofobia – Programa de

Combate à Violência e à Discriminação contra GLBT e Promoção da Cidadania Homossexual”⁵.

Bolsonaro usou a estória do “kit gay” em 2011, junto com lideranças religiosas, divulgando panfletos a respeito do tema, e a reciclou em 2018, durante a campanha eleitoral, contra o seu rival na disputa eleitoral, Fernando Haddad (PT), que foi ministro da Educação durante parte das gestões do PT à frente do governo federal. Na campanha de 2018, a “prova” da existência do “kit gay” que foi apresentada pelo hoje presidente da República foi o livro “Aparelho sexual e Cia – Um guia inusitado para crianças descoladas”, de Puilipe Chappuis, publicado no Brasil em 2018 pela Companhia das Letras⁶. Em janeiro de 2020, apesar de todos os desmentidos, o então ministro da Educação, Abraham Weintraub, ainda voltou a falar a respeito do kit que nunca existiu.

Em 2011 Bolsonaro conseguiu espaço na imprensa para polemizar em torno do kit que não saiu do papel. Durante a campanha eleitoral de 2018, foram veiculados textos nas redes sociais para ampliar a repercussão sobre o tema. Esses textos foram desmentidos pela Agência Lupa⁷, uma das agências de checagem de fatos que atuam no país. “Bolsonaro é chamado de homofóbico por causa disso que vc (sic) está vendo, eu cobrir a parte do homem isso é as capas do kit gay (sic) que querem ensinar as crianças a partir de 6 anos aprender isso”, diz o texto veiculado⁸.

⁵ A “história” do “kit gay” é extensa e sua parte inicial é discutida no artigo Carla Lisboa Grespan e Silvana Vilodre Goellner, publicada em 2011 na Entreideias, no link <https://periodicos.ufba.br/index.php/entreideias/article/view/5251> (consultado em 28/06/2021).

⁶ <https://congressoemfoco.uol.com.br/educacao/kit-gay-nunca-foi-distribuido-em-escola-veja-verdades-e-mentiras/> (consultado em 28/06/2020).

⁷ <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2018/08/30/verificamos-kit-gay/> (consultado em 28/06/2021).

⁸ <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/wp-content/uploads/2018/08/kit-fb-1.png> - (consultado em 28/06/2021)

Nesse caso o então deputado fez uso de panfletos para “denunciar” o “kit gay” e também conseguiu agendar o assunto na mídia tradicional, como mostra reportagem publicada no site G1⁹. Passada a disputa eleitoral e instalado o novo governo, as notícias falsas continuaram sendo usadas por Bolsonaro como instrumento estratégico na disputa política.

Em maio de 2021, durante os trabalhos da Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) aberta pelo Senado para investigar erros e omissões do governo brasileiro na condução da pandemia do novo Coronavírus, as notícias falsas também foram veiculadas em proporções pandêmicas. O governo presidido por Bolsonaro é acusado de negar as proporções da pandemia, que até o final de junho de 2021 já tinha feito mais de 510 mil vítimas fatais no Brasil e de atrasar a compra de vacinas que se aplicadas em larga escala, podem evitar o aumento do número de mortes.

6. Mentiras na pandemia

A pandemia do novo Corona Vírus, que chegou ao Brasil em março de 2020 e até o fim o fim de junho de 2021, momento em que este capítulo foi concluído, já tinha provocado mais de 510 mil mortes no país segundo números oficiais, em que pese a subnotificação dos casos, que por sua vez é reflexo da ausência de uma política de testagem em massa. Além de provocar a crise sanitária mais grave em um século, a pandemia também tornou ainda mais caótico o debate público no país, reflexo da postura do governo do presidente Bolsonaro, que desde o começo da pandemia optou por negar a gravidade da crise, combater as medidas de isolamento social que ajudariam a conter o avanço do número de casos e de mortes, negligenciar a compra de vacinas e defender o uso de medicamentos cuja eficácia no combate à doença é negada pela comunidade científica.

⁹ <http://g1.globo.com/educacao/noticia/2011/05/projeto-de-distribuir-nas-escolas-kits-contra-homofobia-provoca-debate.html> (consultado em 28/06/2021).

Aliado ao negacionismo, Bolsonaro vem tentando, ao longo do tempo, construir um golpe de Estado, no qual ele assumiria poderes ilimitados, sem o contrapeso do Legislativo e do Judiciário – tese que o político defendeu durante os 27 anos em que foi deputado federal, entre 1991 e 2018.

O resultado desastroso da política de enfrentamento à pandemia, que perseguiu a “imunidade de rebanho” através da contaminação da maioria da população, levou o Senado da República a abrir uma Comissão Parlamentar de Inquérito (CPI) para investigar os erros e omissões na condução da crise sanitária. A CPI foi instalada no começo de maio, mas só depois de uma decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), determinando que a Casa abrisse a comissão – o presidente do Senado, Rodrigo Pacheco (DEM/MG) evitou a instalação da CPI, apesar do requerimento para a sua abertura contar com o número de assinaturas necessário para tanto.

Desde o começo o embate da CPI tem se dado em torno de alguns temas. Da defesa do “tratamento precoce”, cuja eficácia é negada pela comunidade científica, a sabotagem pelo governo federal das políticas de isolamento propostas por governos municipais e estaduais, para conter o avanço do vírus, até a negligência na compra de vacinas – a partir do fim de junho a CPI entrou numa linha de investigação que apontava indícios de que membros do governo teriam tentado obter vantagens ilícitas na negociação com um dos laboratórios.

Enquanto governo e oposição travavam uma batalha no plenário, outra disputa era feita na internet e nas redes sociais. E nessa batalha, a desinformação é uma das principais armas. As *fake news* acompanharam de perto a agenda da CPI, como mostra o levantamento feito nas duas agências de checagem de fatos monitoradas nesta pesquisa. De 16 *fake news* desmentidas pela Agência Lupa durante o mês de maio, 7 eram notícias falsas que tratavam de vacinas; das 22 checagens feitas pela Fato ou Fake, do site G1, 13 tratavam de vacinas. O trabalho das duas agências de checagem foi adotado como recorte por dois motivos: se por um lado é difícil mensurar o volume de notícias falsas veiculadas diariamente, por outro, a checagem feita

pelas agências funcionam como um termômetro das *fake news* que mais circulam em um determinado momento.

Usaremos duas notícias falsas checadas por essas agências no presente capítulo.

6.1. Câncer de mama

No dia 13 de maio de 2021, dia em que Carlos Murillo, presidente da Pfizer prestou depoimento à CPI da Covid, a agência Fato ou Fake, do site G1, desmentiu mensagens que circulavam pelas redes sociais afirmando que vacinas contra a Covid-19 provocam câncer de mama. A origem do texto que foi desmentido pela Fato ou Fake era uma postagem feita no dia 2 de maio num site chamado “Apocalipse Urgente”¹⁰.

O título traz erros de digitação: “Vacinas co bióticas experimentas recentemente injetadas em mulheres estão mostrando sintomas de CÂNCER DE MAMA”. A matéria diz, no final do primeiro parágrafo, que “de acordo com os médicos do Intermountain Healthcare, as mulheres que tomam as vacinas covid-19 apresentam sintomas de câncer de mama”. Em sua apuração, Fato ou Fake diz que “a mensagem falsa deturpa uma orientação feita por um médico americano do Intermountain Medical Center para que pacientes agendem mamografias antes de tomar a vacina”. Segundo a agência, a notícia falsa “ganhou impulso em inglês em sites antivacina e acabou traduzida para o português”. Depois disso ganhou difusão nas redes sociais. O centro médico foi procurado e disse que “as vacinas são seguras e não causam câncer de mama”¹¹.

Apesar dos erros de digitação e do título mal redigido, fica claro que ele tenta demonstra a ideia de quebra de normalidade ou desvio, combinada com a significância social, valores-notícia que apresentamos anteriormente. Com base nos autores analisados no presente estudo, podemos dizer que uma

¹⁰ Disponível em: <https://www.apocalipseurgente.com.br/ciencia-e-tecnologia/vacinas-cobioticas-experimentas-recentemente-injetadas-em-mulheres-estao-mostrando-sintomas-de-cancer-de-mama.html> Acesso em: 28 jun. 2021.

¹¹ Disponível em: <https://g1.globo.com/fato-ou-fake/coronavirus/noticia/2021/05/13/e-fake-que-vacina-contra-a-covid-19-provoca-cancer-de-mama.ghtml> Acesso em: 28 jun. 2021.

vacina que deveria combater o novo CoronaVírus, mas provoca câncer de mama, é algo que não pode ser considerado normal. No caso da significância social afetada neste texto, é a significância pública, dada a grande quantidade de pessoas que estão sendo vacinadas contra a Covid-19 em todo o mundo e a ameaça que tal problema na vacina representaria ao bem-estar social, caso esse texto se reportasse à realidade e não se tratasse de uma notícia falsa.

6.2. Vacinados transmitindo Covid

No dia 24 de maio a Agência Lupa publicou uma checagem que desmentiu que pessoas que receberam a vacina fabricada pela Pfizer transmitiriam covid-19 “por inalação ou contato com a pele”¹². Nesse dia, prestava depoimento na CPI da Covid a médica Mayra Pinheiro. Secretária de Gestão do Trabalho e da Educação em Saúde do Ministério da Saúde, defensora do chamado “tratamento precoce”, cuja eficácia não é reconhecida pela comunidade científica e conhecida nas redes sociais como “Capitã Cloroquina”. Nesse momento já estava consolidado na CPI o entendimento sobre a negligência do governo federal na compra de vacinas, particularmente da Pfizer, que procurou o governo e demorou meses até ser atendida.

A notícia falsa desmentida pela Agência Lupa circulava por grupos de whatsapp há alguns dias. A imagem da notícia falsa divulgada na página da agência remete a um material veiculado no site Anonymus Incision em 17 de maio¹³ e que no momento em que foi checado pela Lupa era distribuída em grupos de Whatsapp. “Pfizer admite em seu próprio documento de mRNA que os não vacinados podem ser expostos às proteínas spike da vacina por inalação ou contato com a pele – [página 67]”, diz o título da postagem, escrito em caixa alta. “Não é uma vacina nem nada remotamente

¹² Disponível em: <https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2021/05/24/verificamos-pfizer-inalacao/> Acesso em: 25 maio 2021.

¹³ Disponível em: <https://anonymusincision.wordpress.com/2021/05/17/pfizer-admite-em-seu-proprio-documento-de-mrna-que-os-nao-vacinados-podem-ser-expostos-as-proteinas-spike-da-vacina-por-inalacao-ou-contato-com-a-pele-pagina-67/> Acesso em: 29 jun. 2021.

relacionado a vacinas. É um HUMANICÍDIO. E ele se desprende e é altamente transmissível pela própria admissão alegre da Pfizer", diz o primeiro parágrafo do texto. A "admissão alegre" da farmacêutica, alegada no texto, é atribuída ao próprio manual da empresa. A Agência Lupa lembra que o documento citado pelo site é um plano inicial de estudos, no qual é feito um detalhamento sobre como o estudo será realizado e é anterior à aplicação da vacina. "O relatório não fala dos efeitos da vacina, e sim dos procedimentos do ensaio clínico", explica o texto da Lupa.

É importante lembrar que o site que divulgou essa notícia falsa, o Anonymus Incision, tem várias postagens contra a vacina.

Nesse texto também aparecem os dois valores-notícia identificados no caso anterior. Temos aqui a ideia de quebra de normalidade combinada com a significância social. Os motivos são os mesmos: o que se espera de uma vacina é que ela funcione como imunizante e não que traga danos à saúde. Importante notar que a estratégia adotada no caso das duas *fake news* avaliadas neste capítulo é a mesma: descontextualizar informações e declarações. No caso do câncer de mama, um alerta para que as mulheres façam o exame preventivo antes de se vacinar e no caso da suposta transmissão de Covid pelos vacinados, um manual elaborado pelo laboratório responsável pela fabricação da vacina, mas que tratava de uma fase anterior dos estudos, fase esta que já tinha sido vencida. Por se tratar de questões técnicas, a possibilidade de desinformar é potencializada. E não é difícil identificar o objetivo político dessa desinformação, já que os riscos da vacina justificariam a demora do governo brasileiro para comprar as doses, que é um dos temas centrais nos trabalhos da CPI.

7. Algumas considerações

É importante que se diga que o fenômeno das *fake news* ganhou fôlego e espaço num contexto em que instituições como o Jornalismo são questionadas – e não só ele – e em que algumas posturas editoriais de veículos da chamada mídia tradicional contribuem para uma certa perda de credibilidade na mídia em geral e no Jornalismo em particular. O caso brasileiro

é rico em episódios como o que ficou conhecido como a ficha falsa de Dilma Rousseff, citado no começo do presente capítulo. Esse é um entre muitos outros que poderiam ser citados.

Mas esse não é um problema exclusivo da imprensa brasileira. Grandes empresas jornalísticas estadunidenses, por exemplo, fizeram a autocrítica sobre a sua conduta no caso que ficou conhecido como “Guerra ao terror”, deflagrada pelo governo dos EUA como resposta aos ataques de 11 de setembro de 2001. Os veículos de comunicação aderiram, de forma acrítica, à tese de que o Iraque, sob Saddam Hussein, teria armas de destruição em massa, armas essas que nunca foram encontradas, mesmo depois da derrubada do regime. Aceitaram também acríticamente o avanço do Estado sobre o direito à privacidade, em nome dessa mesma guerra ao terrorismo. Não faltam exemplos de erros e omissões de imprensa que contribuíram e continuam contribuindo para a erosão da credibilidade da imprensa.

É de se questionar o paradoxo entre os episódios que levam à perda da credibilidade do jornalismo favorecerem o avanço das *fake news* e os produtores das mesmas adotarem técnicas e instrumentos teóricos do campo jornalístico para que possam atingir o público. Trata-se de um paradoxo apenas aparente, tendo em vista que, ao alegar estar veiculando “notícias” que a mídia tradicional “não mostra”, devido a interesses reais ou fictícios que impedem a veiculação dessas notícias, os produtores de notícias falsas estariam, eles sim, “fazendo jornalismo” e cumprindo a função que a “mídia corrompida” não tem coragem de cumprir.

Trata-se de um discurso conveniente e pelo estrago que provocam na opinião pública, convincente, no qual o Jornalismo não é totalmente descartado, mas segundo essa narrativa, é usado pelas “mãos certas”, sem as “amarras” e os compromissos – reais ou fictícios – da mídia tradicional. Dessa forma, os produtores das notícias falsas ganhariam ares de heróis na luta contra a mentira e o sistema – seja lá o que for que seja entendido por eles como “sistema”.

Outra questão identificada na pesquisa em curso e que merece uma atenção mais detalhada, é a constatação de que as *fake news* veiculadas no período da CPI da Covid acompanham a agenda da CPI. Os exemplos citados neste capítulo permitem dizer que as notícias falsas desmascaradas pelas agências de checagem tiveram maior circulação nos dias em que o tema vacinação estava em debate na comissão. O que permite também dizer que existe uma lógica política nessa veiculação, uma tentativa de municiar os apoiadores do governo com argumentos – que sabemos serem falsos – para o debate nas redes sociais.

Referências

ARENDT, Hannah. **Entre o passado e o futuro**. 8. ed. Trad. Mauro W. Barbosa. São Paulo, Perspectiva, 2019.

BUCCI, Eugênio. News não são fake – e fake não são news. In: BARBOSA, Mariana (Org.). **Pós-verdade e fake news**: reflexões sobre a guerra de narrativas. Rio de Janeiro: Cobogó, 2020.

DELMAZO, Caroline; VALENTE, Jonas C. L. Fake news nas redessociais online: propagação e reações à desinformação em busca de cliques. **Revista Media e Jornalismo**, v. 18, n. 32. p. 155-169, 2018.

SHOEMAKER, P. J.; REESE, S. D. **Mediating the message in the 21st Century** – A media sociology Perspective. 3. Ed. New York, Routledge, 2014.

SILVA, G.; SILVA, M. P. da; FERNANDES, M. L. **Critérios de Noticiabilidade** – Problemas, conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SILVA, Marcos Paulo da. Seleção noticiosa, critérios de noticiabilidade e valores-notícia. In: **Critérios de Noticiabilidade** – Problemas, conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014

TRAQUINA, N. **Teorias do jornalismo** Porque as notícias são como são. Florianópolis, Insular, 2004. v. 1.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 2. ed. Trad. Karina Jannini. São Paulo, Martins Fontes, 2005.

WHO THE HELL IS LUCIFER? UMA ANÁLISE DA SÉRIE LUCIFER DA NETFLIX

Nathalia Akemi Lara Haida*

Há mais de dois mil anos, a Igreja católica responsabilizou a entidade conhecida como Diabo por todo o mal do mundo. Nesse período o Diabo ficou conhecido como protagonista de tudo que existe de ruim. Através dos tempos o imaginário em torno da sua figura transitou por diversas mudanças interpretativas, chegando a mais atual representada e construída pela série de sucesso Lucifer. Lucifer é uma série televisiva que estreou na Fox em 25 de Janeiro de 2016 e neste ano foi comprada pela Netflix. De acordo com uma pesquisa realizada pela Parrot Analytics em Maio deste ano, a quarta temporada da série Lucifer, produzida e lançada pela Netflix ocupou o primeiro lugar dentre as séries com tema sobrenatural mais assistidas. E também no mês de maio deste ano, na semana do dia 6, segundo a TV Time, maior mídia tracker do mundo, Lucifer ocupou a posição de série mais assistida do mundo, batendo a atual campeã Game of Thrones.

Diante disso visando a metodologia de estudo de caso definimos como questão de estudo e objetivo da pesquisa compreender porque a série Lucifer trouxe como resultado sucesso mundial. Como proposição de estudo e questionamento: se Lucifer ocupou a posição de série mais assistida do mundo estaríamos cultuando o Diabo? Tais dúvidas incitam essa pesquisa a limitar sua unidade de análise a série Lucifer e sua recepção, relacionando-a com a sociedade contemporânea. Para atingir tais objetivos buscamos compreender a construção do imaginário do Diabo, juntamente com a análise das características da sociedade contemporânea, neste capítulo abordada pelo viés dos conceitos de sociedade de consumo. Visando por fim obter inferências e criar novas relações e reflexões entre objeto e teoria.

* Mestranda em Comunicação no Programa de Pós Graduação da Universidade Federal do Paraná, bolsista CAPES. Orientador: Hertz Wendel de Camargo, Professor da Universidade Federal do Paraná.

1. Who the hell is Lucifer?

1.1.O Lucifer da netflix

A série Lucifer é baseada no personagem do famoso escritor Neil Gaiman (autor de diversas obras famosas como Deuses Americanos e Lugar Nenhum), pensado para os quadrinhos *Sandman*, o personagem acabou como protagonista do spin-off *Lúcifer*, escrito por Mike Carey, ambos foram publicados pela Vertigo, da DC Comics. Com uma legião de fãs dos quadrinhos Lucifer foi para as telas em 25 de Janeiro de 2016 através da Fox, nos Estados Unidos. A primeira temporada conta com 13 episódios e discorre sobre como o Diabo nomeado de Lucifer Morningstar está entediado e infeliz, diante disso ele decide vir para a terra tirar férias em Los Angeles. Assim ele comanda uma casa noturna chamada Lux, juntamente com o demônio Mazikeen. Ele também atua como consultor do departamento de polícia de Los Angeles, ajudando a detetive Decker a resolver assassinatos. Chloe Decker é imune aos encantos naturais e sobrenaturais de Lucifer, fator que o intriga e o faz encantar-se por ela.

Em 7 de abril de 2016 a Fox anunciou a segunda temporada com 18 episódios, nesta temporada uma nova figura é introduzida a trama, a mãe de Lucifer, que seria a deusa de toda a criação e esposa de Deus. Segundo a série Deus e sua esposa criaram o universo juntos e por desobediência ela teria sido banida para o inferno, com a saída de Lucifer de lá, ela teria sido solta podendo assim vir para o mundo terrestre.

A terceira e última temporada produzida pela Fox conta com 26 episódios, e estreou em 2 de outubro de 2017. Nesta temporada temos a introdução do personagem bíblico Caim, conhecido como o primeiro pecador - por ser o primeiro assassino do mundo, matando seu irmão Abel - condenado a viver para sempre. Nesta temporada Lucifer inicia uma trama psicológica de questionamentos sobre seu livre-arbítrio.

Com o cancelamento da série em maio de 2018 os fãs iniciaram uma campanha online em prol do salvamento da série, com a hashtag #SaveLucifer (#SalveLucifer) que chegou ao topo dos trend topics no twitter, assim um mês e quatro dias após seu cancelamento a série foi comprada pela

Netflix que em homenagem aos fãs deu o nome *Save Lucifer* ao penúltimo episódio da quarta temporada, estreando em 8 de maio de 2019 com 10 episódios e possuindo uma narrativa diferente da anterior, porém preservando os aspectos de sucesso da série. Nesta temporada a Netflix focou muito mais nas dinâmicas e reflexões do personagem Lucifer do que nos assassinatos que caracterizavam a série como uma trama policial e sempre aconteciam em paralelo. Como grande promessa e novidade para a série eles introduziram a personagem Eva, e através dela abordaram questões de igualdade de gênero. A quarta temporada foi um sucesso de audiência alcançando o topo em diversas mídia trackers pelo mundo e por fim dia 06 de julho de 2019 a Netflix anunciou uma quinta e última temporada com 16 episódios.

1.2. O Lúifer Morningstar

A série discorre sobre Lucifer Morningstar, o Diabo, que vem para a Terra, viver uma vida de prazeres e luxúria. O Diabo é mostrado como um personagem niilista, e a partir do subjetivo do Lucifer a série se desdobra em discussões filosóficas sobre o livre arbítrio e mostra a luta do Diabo em uma busca de se livrar do controle exercido nos seres por Deus. Lucifer é representado como uma pessoa sempre agitada e inquieta, preocupada com os pensamentos dos outros sobre sua imagem e extremamente hiperativo, o Diabo é ansioso. Ele também transita entre suas capacidades de ser bom ou não, há falta de crença em si mesmo e em seus princípios, indícios da síndrome do impostor. Lucifer teme o amor e o apego, ele esconde seus sentimentos e isso é enfatizado em suas sessões de terapia, durante a série ele demonstra que a raiz de seus maiores problemas está na relação conturbada com seus pais, existem mágoas e situações mal resolvidas que o influenciam por centenas de anos e tais fatores refletem diretamente em sua personalidade.

Todas essas características humanizam o Diabo, são traços psicológicos e sentimentos humanos que tornam Lucifer Morningstar carismático e próximo do público. A construção da série apresenta o antagonista de Deus como um personagem bem humorado e mal compreendido, que teria cometido um único pecado, questionar.

2. Era uma vez o diabo

Para entender a origem do Diabo e seus arquétipos buscamos as fontes de suas representações mais simbólicas, a sua primeira aparição foi no Antigo Testamento e na Mesopotâmia. Durante dois mil anos a cultura cristã define o Diabo como a personificação do mal e o coloca em oposição ao Deus judaico-cristão. Nesse sentido na tradição cristã o Diabo exerce o papel de Anticristo. Na Bíblia Cristã, no Antigo Testamento (Jó, 1:6) ele é chamado pelo nome Satanás (em hebraico originalmente o "acusador") e é reconhecido como um dos filhos de Deus. No Novo Testamento este é apresentado como um antigo dragão, uma serpente chamada de Diabo e Satanás (Apocalipse 12:9; 20:2), ainda neste testamento é reconhecido como o príncipe dos demônios, nomeado Belzebu (Mateus 12:24; Marcos 3:22). Na Bíblia hebraica tais trechos apareceram nomeando-o como "sátiro" e demônio". Dessa forma na definição bíblica original o Diabo estaria relacionado à um sátiro, ou a uma entidade demoníaca, para a qual realizavam-se sacrifícios.

Segundo Laurence Gardner (2013) nas tabuletas da Mesopotâmia antiga temos as referências mais antigas sobre os demônios, com mais de três mil anos de idade. Desde os primórdios reconhecia-se o mundo como um lugar de opostos, no qual o bem e mal residiam e viviam em conflito. Assim os emissários divinos eram reconhecidos como gênios e semideuses, mais tarde chamados de anjos, estes podiam ser bons ou maus, e quando decidiam pela segunda opção eram chamados de demônios. Estes seres eram em sua essência, travessos, malvados, com aparências feias e dotados de poderes. Responsáveis por causar dor, angústia, incômodo e sofrimento.

Começamos a consolidar a primeira imagem do Diabo, um ser diabólico, poderoso o suficiente para antagonizar Deus. Satanás sempre aparece no Antigo Testamento como um filho obediente, Deus permite sua existência mesmo que reprove seu comportamento, dessa maneira justificando que nem mesmo o mal poderia existir sem o consentimento Dele. Nesse mesmo sentido explica a tendência dos seres humanos à maldade. Assim encerram-se as aparições do Diabo na bíblia, este aparece como tentador, promotor de justiça no tribunal celestial, um filho rebelde, mas em momento nenhum é desenhado o arquétipo do Diabo que foi construído pela Igreja no decorrer dos anos.

Para entendermos a evolução do arquétipo do Diabo, conceituamos a categoria de "anjo caído" a qual ele comumente é associado. Durante o período intertestamentário consolidou-se a ideia de que alguns anjos poderiam cair em desgraça, e nesse sentido eles seriam expulsos do céu, para isso ocorrer eles precisariam praticar ações contrárias às vontades e virtudes de Deus. Juntamente desenvolve-se a crença de que o inferno é algo inferior, abaixo de nós, tal local é descrito pela bíblia como um abismo para o qual seres perversos são enviados. Temos por fim o Diabo como o guardião do inferno, sendo assim príncipe deste outro reino, o dos mortos.

Seguimos para o Diabo do Novo Testamento e do Corão, a primeira história a ser atualizada no Novo Testamento, foi a de Adão e Eva. Segundo a Bíblia Adão foi o primeiro homem criado por Deus e da sua costela foi feita Eva, sua mulher. Ambos viviam no paraíso, no qual existia uma árvore com um fruto proibido, tal fruto forneceria o conhecimento do bem e do mal, certo dia uma serpente persuadiu Eva a provar do fruto proibido e ela convenceu a Adão, dessa forma ambos cometeram o pecado de desobedecer à Deus, assim Adão foi expulso do paraíso e Eva o seguiu. Como castigo Eva foi condenada à sentir dor ao dar a luz e a partir desse instante todos os homens nasceriam em pecado e por fim morreriam, cometendo outro pecado. Pois ao comer do fruto proibido, Deus privou Adão e Eva de comerem do fruto da vida eterna, condenando-os à morte, o pecado final. Nesse sentido ao reconstruir o Novo Testamento a Igreja consolidou o papel da serpente como

o Satanás e este seria por fim o responsável por tentar Eva e convencê-la a provar do fruto proibido, tais fatores atribuem ao Diabo o poder de confrontar Deus e interferir em seus planos divinos. A partir desse momento o príncipe das trevas passa a ser o responsável pelos pecados do mundo, sendo aquele que influencia os homens para o mal.

Ao analisarmos a representação visual do Diabo, a partir deste momento ele assume três formas: a primeira como um anjo com asas de morcego, devido a seu reconhecimento como anjo das trevas; a segunda como um sátiro ou um bode, com chifres e cascos, referindo-se às descrições da bíblia hebraica; por fim ele ganha uma terceira simbologia, a de serpente, ela já foi mencionada anteriormente, mas consolida-se com a história de Adão e Eva, o Diabo é por fim uma serpente dragão, coberta de escamas e possuindo garras. Nos anos seguintes essas três representações simbólicas circularam, se misturaram e criaram o arquétipo da presença satânica do Diabo.

Surge por fim um dilema, como Deus e o Diabo habitavam o Éden simultaneamente, e como o próprio Deus teria sido o criador do Satanás, logo do mal mundo. Assim em 1925 (Catholic Encyclopedia, volume IX, em Diabo) a Igreja estabeleceu duas ordens, a primeira de que Deus criou dois tipos de criaturas, as espirituais e as corpóreas; a segunda de que todos os seres vivos foram feitos bons por natureza e eles mesmos fizeram a si malignos. Neste momento a doutrina cristã retira a responsabilidade da maldade do mundo de Deus e também caracteriza o Diabo como um ser inferior a Deus, pois foi criado pelo mesmo. A primeira e única aparição direta de Satanás na Bíblia ocorre no Novo Testamento, quando este busca tentar Jesus, fazendo diversos desafios e ofertando a terra para o filho de Deus, nesse momento o Diabo ganha a característica de tentador, ele é responsável por testar os homens e sua obediência à Deus. Consolida-se também seu papel como Anticristo, sendo assim responsável por uma ira da qual os fiéis poderiam ser salvos. Um discurso que favoreceu à Igreja, firmando a dependência entre os seguidores e os bispos e trazendo uma ameaça que só poderia ser evitada com obediência cega. Nesse sentido a Igreja tornou-se a ponte entre Deus e as

peessoas, e aquelas que opunham-se às ideias da doutrina cristã passaram a ser chamadas de “satanistas”, “anticristos”, “ateus” e “infiéis”.

Dentre os capítulos do Novo Testamento o que mais associa-se ao Diabo até os dias de hoje é o Apocalipse. João descreve em seus versículos o Dia do Julgamento Final, no qual ocorre uma batalha entre o bem e o mal, e o Anticristo iria liderar as forças das trevas e os anjos caídos, contra as forças da luz. Neste momento Satanás ganha a posição de rei dos demônios e assume o papel da maior ameaça contra o mundo, dando base para as tradições satânicas e para as superstições relacionadas ao Diabo. E neste dia os homens bons se juntarão ao lado divino e caminharão para a vida eterna no paraíso e os pecadores irão para o reino das trevas, vivendo a danação eterna no inferno. O Vaticano estabelece então quais regras devem ser seguidas para alcançarmos a divindade. Fundamentando uma estratégias políticas muito bem planejadas e tal doutrina está em vigor até os dias de hoje.

O nome Diabo então passa a personificar às tentações do lado obscuro e às maldades no mundo, mas ele não faz aparições físicas nem mesmo tem sua aparência descrita. No Sínodo de Catargo, em 397 surge o Corão islâmico, uma nova obra de doutrina religiosa, nesta Deus é chamado de Alá e o Diabo é conhecido como seu oposto chamado de Shaitân. O Corão (Corão 2:35-39) discorre que Alá criou Adão como seu representante na Terra e instruiu os anjos a curvarem-se diante dele. Todos obedeceram exceto Shaitân, que além de negar-se seduziu Adão e Eva a comerem o fruto proibido da Árvore da Transgressão. Ainda no Corão, Shaitân é acompanhado por shaitâns, que seriam o sinônimo dos demônios na bíblia. Exceto essa aparição às outras menções ao Shaitân no Corão são mais advertências contra sua influência maligna.

Mapeamos por fim o Diabo da Bíblia hebraica, do Novo Testamento e do Corão islâmico. Observamos que mesmo presente nas principais religiões monoteístas o Diabo ainda não possui as características que identificamos nos dias atuais, como um senhor das trevas, dotado de muito poder e responsável por medo e terror. Foram nos séculos VIII e IX que a figura do Diabo começou a consolidar-se, quando o batismo cristão, conhecido como a renúncia ao

pecado e a Satanás, tornou-se também um ritual de exorcismo. Juntamente nos aproximamos do fim do primeiro milênio o qual seria marcado nas escrituras como o momento de libertação do anticristo, que teria sido aprisionado por mil anos. Assim, por volta de 950 o monge Adso de Montier-en-Der escreveu a obra *Libellus de Antichristo*, que narraria o retorno do Diabo à terra. Assim inicia-se a construção do Diabo como o conhecemos, a partir da interpretação de Adso nos séculos seguintes decorreram as caça às bruxas, a Inquisição e a Era das Fogueiras. Observamos a influência de seus escritos em filmes como Constantine, A profecia, O Chamado do Anticristo e O bebê de Rosemary. Nas palavras do autor:

Primeiro ele converterá reis e príncipes para sua causa e então, por meio destes, os outros homens. Ele atacará os lugares visitados por Nosso Senhor Jesus Cristo e destruirá tudo aquilo que o Senhor tornou famoso. Ele então enviará por todo o mundo seus mensageiros e missionários. Suas palavras e seu poderio se estenderão de um mar ao outro, de leste a oeste, de norte a sul. Ele também criará muitos sinais e prodígios grandiosos, nunca vistos até então. Ele fará descer do céu um fogo horrível, as árvores florescerão e secarão e o mar se tornará furioso e se acalmará repentinamente.

Ele transformará os elementos, inverterá o fluxo das águas, agitará o ar com ventanias de todas as maneiras possíveis e criará inúmeros outros eventos assombrosos. Ele levantará os mortos perante os homens, para confundir a todos, se possível, até mesmo os escolhidos. Pois vendo sinais de tamanha grandeza, até mesmo aqueles que são perfeitos e eleitos por Deus duvidarão, imaginando se ele não seria o Cristo que, de acordo com as Escrituras, virá no fim dos tempos.

Ele provocará uma perseguição universal contra os cristãos e todos os eleitos. Ele suplantará os fiéis de três maneiras: o terror, os presentes e os prodígios. Presenteará com ouro e prata aqueles que nele creem. Dominará aqueles que não puderem ser corrompidos pelo terror; aqueles que resistirem ao terror, ele tentará seduzir com seus sinais e prodígios. Aqueles que não puderem ser seduzidos com prodígios serão torturados cruelmente e mortos na frente de todos. Depois virão sofrimentos jamais vistos desde que foram criadas as nações.

E então aqueles que estão nos campos fugirão para às montanhas e aquele que está no telhado não descenderá à casa para levar dela algo. E então cada cristão fiel que for descoberto negará a Deus, ou, caso se mantenha fiel, será morto pela espada, pela fornalha, por serpentes, por bestas ou por alguma outra espécie de tortura. Esse terrível tormento durará três anos e meio no mundo todo. E então os dias terminarão, para o bem dos eleitos, pois, caso Deus não termine aqueles dias, a humanidade não será salva.

As escrituras de Adso foram referência e ponto de partida para a construção do Diabo como o conhecemos nos dias atuais. Tais fatores desencadearam um momento denominado “febre do milênio” no qual muitas pessoas buscaram redimirem-se por seus pecados doando seu dinheiro para a Igreja ou vendendo tudo que possuíam visando aproveitar os últimos dias. Assim multidões reuniam-se para confessar seus pecados e serem batizadas, dessa forma renunciando ao Diabo e todas as suas obras. Porém no dia previsto nada ocorreu e ao contrário do esperado isso não gerou uma descrença e sim uma prova de que o Diabo era tão poderoso que não seria capaz de ser identificado quando surgisse. Como citou o poeta Charles Pierre Baudelaire “o maior truque do Diabo é o de convencer o mundo de que ele não existe”. Instala-se então o medo da morte e tal fator torna-se essencial para o sistema prosperar, a partir desse momento as pessoas temem a pós-vida e devotam-se a uma vida ditada pela Doutrina da Salvação.

As discussões a respeito da criação do Diabo seguiam sem respostas, questionava-se o poder de Deus em relação ao seu inimigo e se este teria nascido mal ou se tornado mal. Assim Jeffrey Burton Russel em seu livro *Satan: The Early Christian Tradition* (1987) destaca a importância dos escritos do padre Clemente de Alexandria do século II, nos quais este descreve que Deus criou o Diabo bom, pois seria incapaz de odiar qualquer uma de suas criações e o próprio Satanás tornou-se mal por opção. Assim lutando diariamente para afastar as pessoas de Deus, porém o padre ressalta que assim como o anjo caído as pessoas também possuem livre-arbítrio e que ele pode apenas tentá-las mas não forçá-las a pecar. Posteriormente no século III o apologista cristão Lactantius teorizou que a existência de Deus tornava obrigatória a existência do Diabo, pois um não existiria sem o outro, em um mundo de livre-arbítrio, sem o mal seria impossível a escolha do bem.

3. A sociedade do apocalipse

Entendemos a construção da imagem do Diabo e quais características determinariam o bem e o mal. Para então compreender a nossa sociedade contemporânea recorreremos a sociedade de consumo definida por Bauman (2007) para o autor nesse momento a atenção volta-se ao que queremos, desejamos e almejamos e principalmente como substâncias de nossas vontades e anseios se alteram no curso e alteram o consumismo. Nesse sentido a apropriação e posse de bens que buscam garantir o conforto e o respeito passam a ser as principais motivações dos desejos e anseios na sociedade dos produtores. Estes formam o principal modelo societário da forma "sólida" da modernidade, que tinha como foco a segurança. Uma era que para evocar disciplina e subordinação, baseou-se na padronização e rotinização do comportamento individual. Nessa era sólido-moderna da sociedade dos produtores, apenas os bens duráveis e resistentes poderiam oferecer essa segurança desejada. Com uma racionalidade linear a sociedade de produtores fazia sentido e apostava em ações a longo prazo, na segurança e durabilidade.

Tais fatores não combinam com a sociedade de consumidores, o desejo humano de estabilidade vai se ressignificar e tornar-se o maior risco para esse sistema. O consumismo inicia com um conceito contrário aos anteriores, com um discurso que associa a felicidade não tanto à satisfação de necessidades (como as mídias pregam) mas a um volume e uma intensidade de desejos sempre crescentes, resultando em um uso imediato e a rápida substituição dos objetos destinados à satisfazê-la.

Stephen Bertman (1998) conceituou termos como "cultura agorista" e "cultura apressada" para definir a maneira como vivemos em nosso novo tipo de sociedade. Definições adequadas para o fenômeno líquido-moderno do consumismo, fenômeno que pode ser definido principalmente por sua (até então singular) renegociação do significado de tempo. Um tempo que deixa de ser cíclico ou linear, ele é definido como pontilhista, marcado pelas rupturas e discontinuidades. O tempo pontilhista é inconsistente e lhe falta coesão, ele é fragmentado em "instantes eternos". Na visão de Maffesoli "A

vida, seja individual ou social, não passa de uma sucessão de presentes, uma coleção de instantes experimentados com intensidades variadas" (2000, p. 16). Nesse modelo pontilhista não há espaço para o progresso, a ideia do "tempo da necessidade" foi substituída pelo "tempo de possibilidades". E nesse sentido a demora passa a ser compreendida como o serial killer das oportunidades.

Dessa forma, o excesso e o desperdício tornam-se os condutores da sociedade consumista, visando suprir essas novas necessidades – impulsos, compulsões e vícios – oferecendo novos mecanismos de motivação, orientação e monitoramento da conduta humana. A promessa que movimenta essa sociedade e que é utilizada com frequência pelo marketing é a da felicidade. O principal valor do consumismo é uma vida feliz. Segundo Bauman (2007), talvez essa sociedade seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada "agora" sucessivo. Neste sentido, busca-se uma felicidade instantânea e perpétua. O que resulta em uma legitimação e exclusão da infelicidade, o sujeito que identifica-se com tal sentimento será excluído e desqualificado socialmente.

Consolida-se nesse ambiente a individualização, mascarada com a ideia de liberdade, essa formação social enfraquece e fragmenta os vínculos humanos. Tornando-se um meio para uma vida autocentrada, autorreferencial e egoísta. Bauman (2007) define o consumo como uma atividade solitária e o conceitua como o próprio arquétipo de solidão, mesmo em companhia ele se realiza só. E é a capacidade de cada um como consumidor que define seu status como cidadão. Nas palavras de Michel Maffesoni (2000, p. 16): "sou o que sou porque os outros me reconhecem como tal"; destaca-se nessa afirmação que a vida social empírica é um conjunto de expressões de sentimentos de pertencimentos sucessivos. A sociedade de consumidores luta diariamente para estar à frente e, conseqüentemente, estar à frente significa segurança e certeza, características ausentes na vida de consumo. Todos os produtos gerados pela cultura consumista possuem uma data de validade, avisando de que a segurança adquirida é momentânea e precisará ser renovada. E

simultaneamente é fornecido o poder da escolha, ou a ilusão desse poder, pois a escolha pode ser de cada um, mas realizar esta escolha é obrigatório.

A cultura consumista revoga os valores de dois conceitos o da duração e o da efemeridade, assim se distanciando mais drasticamente da sua antecessora produtivista. A cultura consumista degradou a duração e elevou a efemeridade, o valor da novidade é maior que o da permanência. Ela altera não apenas a duração da sua vontade de realização, mas determina seu nascimento e sua morte. A síndrome consumista envolve os conceitos de velocidade, excesso e desperdício. O indivíduo na sociedade do consumo é por fim um indivíduo em movimento, onde o tempo é o responsável por ditar e direcionar todas as estruturas sociais, no sentido de sua preciosidade. O único bem que não podemos comprar nos faz viver a vida de forma como se ele não existisse.

4. Metodologia

Segundo Yin (2001, p.32), o estudo de caso é uma metodologia para compreender dentro de um contexto da vida real, os fenômenos contemporâneos. Sendo um método qualitativo o estudo de caso possui três condições para ser aplicado segundo Yin (2001, p.19): primeiro deve ser levado em consideração o tipo de questão que será pesquisado; segundo qual o controle que o pesquisador possui sobre os eventos comportamentais; e por último a oposição entre fenômenos históricos e contemporâneos. Goode e Hatt (1979) definem o estudo de caso como um meio de organizar os dados sociais, preservando o caráter do objeto de pesquisa. Já para Stake (1994) o estudo de caso é a metodologia ideal para estudar entidades que se qualificam como objetos, e tal metodologia estaria ligada muito mais a escolha do objeto em si. Segundo Duarte (2005, p.217) há quatro características essenciais para aplicar o método: a primeira abrange o particularismo, assim o estudo deve se centrar em um acontecimento, programa ou fenômeno particular; a segunda envolve a descrição, o resultado da pesquisa consiste na descrição detalhada do assunto pautado; a terceira refere-se a explicação, o objetivo do estudo de caso é auxiliar na

compreensão daquilo que se analisa, dessa forma busca obter novas interpretações e perspectivas, através de descobertas de novos significados e perspectivas; a quarta e última característica é a indução, o raciocínio indutivo é parte intrínseca do estudo de caso, a partir da análise dos dados busca-se identificar novas relações entre os elementos.

O projeto de pesquisa de um método de estudo de caso segundo Yin (2001, p.41) define-se como uma sequência lógica pela qual o pesquisador formula questões sobre determinado objeto e busca respondê-las no decorrer do projeto. O método pode utilizar diversas fontes de evidências como: vídeos, documentos, enquetes, observações, entre outros, esse método busca responder questões do tipo “como” e “porquê”. O objetivo da metodologia é conduzir o pesquisador através do processo de coletar, analisar e obter inferências. O estudo de caso é um método lógico que permite realizar interpretações entre as variáveis sob investigação. Diante disso identificamos quatro etapas metodológicas a serem seguidas: a) a primeira consiste em definir a questão de estudo, o que pretende-se responder com a pesquisa; b) identificar as proposições do estudo e através disso delimitar e criar caminhos para o projeto seguir; c) selecionar a unidade de análise, nesse momento deve-se limitar qual o caso a ser estudado e por quais meios chegaremos às inferências; d) por último temos a linearidade na relação entre a proposição dos dados e os critérios para a análise. Com base nisso, destacamos que a pesquisa é de caráter qualitativo e empírico, tendo sido construída a partir dessas quatro etapas metodológicas complementares e articuladas entre si a fim de aprofundar a discussão.

5. Análise

5.1. O Lúcifer da Bíblia x O Lúcifer da Netflix

Através da formação teórica podemos identificar o imaginário do Diabo e suas origens, justificando os arquétipos que hoje compõem a sua imagem. Permitindo uma relação entre a história e o fenômeno contemporâneo Lucifer como propõe a metodologia. Na série assim como no Antigo Testamento o Diabo é reconhecido como um dos filhos de Deus. No Novo Testamento ele é reconhecido como príncipe dos demônios e na série é representado como príncipe do inferno. Nas tabuletas da antiga Mesopotâmia teremos referências do mundo como um lugar de opostos, no qual o bem e mal residiam e viviam em conflito, identificando o bem como os anjos e o mal como os demônios, tal crença mantém-se na série, reforçando com frequência o arquétipo de bem e mal e como ambas existem e influenciam o nosso mundo. Assim a série possui como base para a formação do Diabo os livros base para as três maiores religiões monoteístas do mundo, destacando que tais características são apresentadas na série como verdades absolutas e não questionamentos. Segundo o Antigo Testamento o Diabo é um filho rebelde, contestador, porém é obediente e submisso a Deus, tal representação manteve-se na série, Lucifer mesmo buscando questionar e desafiar Deus, o reconhece como autoridade máxima do mundo.

Em seguida na construção da história do Diabo, temos o conceito de "anjo caído" tal crença é reforçada e trabalhada na série das mais diversas maneiras. Lucifer assume seu papel de anjo e afirma que foi expulso do céu, por isso ele teria se tornado o príncipe do inferno e por isso este seria abaixo de nós, para onde as almas são enviadas quando são más. A crença de que o Diabo possuiria asas de morcego e pele escamosa é muito antiga e tal representação manteve-se na série, na quarta temporada Lucifer é representado exatamente dessa maneira. Outro questionamento presente nas escrituras e reforçado na série é o livre-arbítrio, assim como na história o programa exhibe que Deus criou todas as criaturas boas e elas teriam o poder para escolherem seus caminhos.

Em 950 o monge Adso de Montier-en-Der escreveu a obra *Libellus de Antichristo*, que narraria o retorno do Diabo à terra, seus escritos consolidaram a imagem do Diabo como um ser inteiramente mal responsável por causar medo, terror e destruição. A série traz tais características presentes nas crenças do mundo no qual Lucifer vive, porém não as leva para a representação do próprio Diabo, este se atém às escrituras antigas bíblicas, muitas vezes até questionando que ele não seria o criador do mal no mundo, apenas um escolhido para punir aqueles que o fazem. Consolidamos a imagem do Diabo histórico e o Diabo de Lucifer, representando uma dinâmica entre os registros antigos das aparições do Diabo e a cultura e crença que se formou sobre essa entidade com o decorrer dos anos.

5.2. A era Lúcifer

Para entender o sucesso de Lucifer no contexto contemporâneo atual, buscamos compreender quem é a nova sociedade e como ela se comporta, para isso recorremos a definição de Bauman para a sociedade de consumo, trazendo características nas quais podemos embasar o sucesso mundial da série Lucifer. Para o autor a sociedade atual é totalmente baseada nos desejos e anseios de seus indivíduos, associados diretamente a felicidade, resultando assim em um sociedade que busca diariamente a satisfação. Tais características são representadas através do personagem Lucifer, vivendo a vida de forma niilista, ele busca saciar seus desejos e vontades.

Stephen Bertman vai chamar essa nova contemporaneidade de "cultura agorista", vivemos uma era que ressignificou o conceito de tempo, definido agora como pontilhistas cada segundo deve ser aproveitado, tempo é a maior preciosidade do mundo e por isso as pessoas passaram a viver a vida como se ele não existisse, exemplo disso é a necessidade de satisfazer desejos o mais rápido possível, tudo aquilo que representa uma demora é uma ameaça a essa nova cultura. O personagem Lucifer não deveria estar na terra, ele deve voltar para o inferno, logo seu tempo aqui é precioso e único e assim como nossas vidas, possui um prazo de validade, outra característica da sociedade de consumo, nada foi feito para durar, tudo deve ser reciclado

e recriado. Assim para suprir nossos impulsos, compulsões e vícios o excesso e o desperdício tornaram-se o propulsor da sociedade de consumo. Tudo isso é refletido e representado pelo personagem, que gerencia uma boate e gasta dinheiro de forma irresponsável, não preocupando-se com o amanhã ou com as consequências, vivendo uma vida agorista e urgente. Lucifer encontra sua felicidade no excesso e no desperdício, assim como o marketing e a publicidade prometem. Segundo Bauman (2007), talvez essa sociedade seja a única na história humana a prometer felicidade na vida terrena, aqui e agora e a cada “agora” sucessivo. Dessa forma se essa felicidade está associada aos desejos e aos excessos, o Diabo é a melhor representação de como ser feliz. Logo a infelicidade se torna algo a ser rejeitado em nossa sociedade, isso é refletido em Lucifer a partir do desenvolvimento de seus problemas psicológicos explorados na terapia, questões associadas a aceitação e pressão familiar são trazidas à tona em quase todos os episódios.

Nesse ambiente consolida-se a individualização, mascarada com a ideia de liberdade o indivíduo desenvolve uma vida autocentrada e egoísta. Ao mesmo tempo toda essa construção depende do reconhecimento do outro como tal. Assim Lucifer mesmo que posicione-se como um personagem auto dependente, satisfeito e completo, o próprio arquétipo do amor próprio, ele o faz para provar-se para o outro. Para Bauman nunca construiremos nossa imagem apenas para nós mesmos, nós nos criamos no outro, é através do que o outro não é que eu poderei ser o que sou. Assim a vida social empírica é um conjunto de expressões de sentimentos de pertencimentos sucessivos.

A sociedade de consumo revoga o significado de dois conceitos, duração e efemeridade, degrada-se a duração e exalta-se a efemeridade. O indivíduo na sociedade do consumo é por fim um indivíduo em movimento, onde o tempo é o responsável por ditar e direcionar todas as estruturas sociais, no sentido de sua preciosidade. Outra característica é sua necessidade de estar à frente, nesse contexto estar à frente significa segurança e estabilidade, características ausentes no cenário atual. Porém resgatadas talvez de forma inconsciente pela série, por mais que ela represente todas as faces da sociedade da efemeridade ela possui base religiosa, enraizada nos conceitos

e crenças mais antigas, logo surge um indício do desespero da sociedade contemporânea por encontrar algo seguro e estável e tal fator revela-se na série através de seu apelo religioso, mesmo propondo uma releitura do Diabo, Lucifer não questiona a existência de Deus e seus poderes, pelo contrário ele reforça a existência de bem e mal, céu e inferno, até mesmo a ideia de punição e pecado.

6. Considerações finais

Lucifer é construído como um personagem niilista e hedonista, refletindo a nossa sociedade de efemeridades, é narcisista e necessita constantemente da aprovação alheia, ele se molda para o outro. Lucifer como reflexo da nossa sociedade atual nos proporciona a capacidade de observá-lo e analisá-lo, nesse sentido acredito que nós humanizamos o Diabo - nós como sociedade, pois como discutido anteriormente é impossível um produto midiático distanciar-se totalmente de seu público, logo Lucifer é fruto das estruturas sociais e reflexões contemporâneas - reconhecemos Lucifer como um ser mal compreendido, com emoções e dúvidas, em conflito com seus sentimentos e desejos, com o bem e o mal dentro de si.

Esse imaginário do conflito entre o bem e o mal dentro de nós tem origens muito antigas e já foi demonstrado das mais diversas maneiras, Yin e Yang, a fábula dos lobos dos anciões Cherokee, existem várias teorias de que diariamente estamos em conflito sobre o certo e o errado e seria impossível sermos definidos por um só. Quando reconhecemos o Diabo desta maneira este é igualado ao espectador, existe compaixão e semelhança, nos vemos em Lucifer. Nesse sentido talvez o encantamento pela série não seja pelo fato de ver o Diabo como um de nós, mas de termos o sentimento de talvez podermos nos ver como ele. Lucifer representa com louvor a sociedade de efemeridades, mas também representa o desespero dessa nova era por segurança e estabilidade, visto que trata-se de uma série fiel aos princípios religiosos mais antigos já conhecidos. Ao tentarmos reconhecermos Lucifer como um de nós, do outro lado revelamos um desejo demasiadamente humano, o anseio de podermos nos reconhecer como anjos, o egocentrismo.

Nesse sentido mesmo que a série Lucifer proponha uma releitura do Diabo mais moderna ao mesmo tempo ela dissemina as crenças religiosas mais antigas e as reafirma como verdades absolutas.

Referências

A BÍBLIA. Antigo e Novo Testamento. Tradução da Vulgata Latina. São Paulo: Novo Brasil.

BAUDELAIRE, Charles Pierre. **Le Joueur Généreux**. New York: Gramercy Books, 1997.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo**: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BERTMAN, Stephen. **Hyperculture**: the human cost of speed. Westport, CT: Praeger, 1998.

DUARTE, Marcia Yukiko. Estudo de caso. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Org.) **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas S. A., 2005.

GARDNER, Laurence. **O Diabo revelado**. São Paulo: Madras, 2013.

GOODE, William J.; HATT, Paul K. **Métodos em pesquisa social**. São Paulo: Nacional, 1979.

LUCIFER (Temporada 1 - 4). Direção: Tom Kapinos. Estados Unidos: Netflix, 2019. Disponível na Netflix.

MAFFESOLI, Michel. **L'instant éternel**. Le retour du tragique dans les sociétés postmodernes. La Table Ronde, 2000.

RUSELL, Jeffrey Burton. **Satan**: the early christian tradition. New York: Cornell University Press, 1987.

STAKE, Robert E. Case studies. In: DENZIN, Norman K.; LINCOLN, Yvonna S. (Org.) **Handbook of qualitative research**. United States of America: Sage, 1994.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. Porto Alegre: Bookman. 2001.

VOYEURISMO E EXIBICIONISMO MIDIÁTICOS: A FORMAÇÃO DE IMAGINÁRIOS CONTEMPORÂNEOS REVISITANDO “O SHOW DE TRUMAN”

Luisa Christoffel*

1. Introdução

O ser humano é exibicionista e voyeurista por natureza. Desde o nascimento, temos a pulsão do prazer de exhibir e de olhar, que em casos extremos tornam-se obsessões de caráter sexual (FREUD, 1905/1929). O advento da fotografia e, posteriormente, do audiovisual e das redes sociais, potencializou a necessidade do homem de ver e de ser visto. Segundo a plataforma de *stream Netflix*¹, o consumo de *reality shows* quase dobrou de 2019 para 2020 no cenário brasileiro. Além disso, o relatório² divulgado pela *We Are Social* e *Hootsuite* revelou que, em janeiro de 2020, 66% da população brasileira estava presente em redes sociais.

Nesse contexto, discussões começaram a surgir sobre as consequências que esses comportamentos geram, como os livros *O Show do Eu: a intimidade como espetáculo* (SIBILIA, 2008) e *Sorria, você está sendo controlado* (MANSANO, 2009) que abordam, respectivamente, sobre o interesse da sociedade pela privacidade de famosos e pessoas comuns e como os novos dispositivos de controle foram legitimados pela população.

A oportunidade em aliar a Psicologia e a área da Comunicação, assim como foi feito por Sibilía (2008) e Mansano (2009), despertou meu interesse em trazer mais luz sobre o assunto do voyeurismo midiático no campo da comunicação, visto que o surgimento do termo é relativamente novo e de interesse científico crescente. Portanto, a discussão que cabe a este artigo trata-se do voyeurismo midiático, “prática na qual o indivíduo sente prazer em observar a vida alheia” (ROCHA, 2009, p. 3) como condutor na formação de novas subjetividades, modos de ser e estar no mundo formados a partir de

* Aluna de graduação em Publicidade e Propaganda. Orientador Dr. Hertz Wendell de Camargo, professor da Universidade Federal do Paraná.

¹ Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/tela-plana/reality-shows-e-filmes-tristes-sao-os-mais-vistos-na-netflix-em-2020/>.

² Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>.

fatores internos e externos (SIBILIA, 2008). Ou seja, ao se colocar na mídia para nutrir tanto o exibicionismo – inerente ao “eu” – quanto o voyeurismo midiático – inerente ao “outro” – surge o questionamento: “Se minha imagem está em toda parte, onde mesmo estaria este ‘eu’?” (VIRILIO, 1998 *apud* ROCHA; CASTRO, 2009, p. 54-55).

Em consequência disso, o filme *O Show de Truman* (1998), dirigido por Peter Weir, foi escolhido como o objeto para fundamentar a pesquisa. A obra cinematográfica ilustra o voyeurismo midiático ao fazer da vida do personagem Truman Burbank um *reality show* e, ao descobrir a verdade, é possível inferir que o personagem se encontra numa encruzilhada para saber ao certo quem é seu verdadeiro eu. Vale ressaltar que a premissa do “olho que tudo vê” foi introduzida na sociedade em 1949 por George Orwell. O escritor apresentou um futuro totalitário controlado por um “grande irmão” no livro *1984* que, posteriormente, foi adaptado para o cinema em 1984, com direção de Michael Redford.

O longa dirigido por Weir (1998) é uma das primeiras obras do cinema de massa a propor uma reflexão sobre o impacto do controle das pessoas pela mídia ao retratar a espetacularização da intimidade transmitida pelos *reality shows*³. Além disso, é importante apontar que a obra possui diversas camadas para análise, como manipulação e idealização. Por isso, vamos nos aprofundar em uma das categorias: visualização e reflexão sobre os efeitos do voyeurismo midiático na sociedade. Ou seja, a polissemia, que ajudou na sobrevivência do longa, e sua reprodução audiovisual sobre a necessidade de ver e ser visto do homem justificam a escolha do filme.

Assim, o objetivo geral, é compreender as bases do voyeurismo midiático e seus mecanismos de formação de subjetividades a partir do filme *O show de Truman* (1998). Os objetivos específicos são (i) delimitar a diferença entre o voyeurismo tradicional e voyeurismo midiático, (ii) relacionar o voyeurismo midiático com criação de subjetividades a partir das intenções observadas no filme e (iii) refletir sobre o papel da mídia e a exibição da

³ O *An American Family* (1973), lançado nos Estados Unidos, é considerado o primeiro *reality show* do mundo. No Brasil, o *No Limite* (2000) deu início a esse tipo de programa.

intimidade como forma de controle. Para tanto, como metodologia, utilizaremos a análise fílmica embasadas por Penafria (2009) e Casetti e Di Chio (1991).

1. Fundamentação teórica

1.1. Do voyeurismo sexual ao voyeurismo midiático

Já dizia o ditado, “os olhos são a janela da alma”, mas muitos esquecem que eles também são a porta para o prazer. Seja um prazer de observar a vida alheia no sentido sexual ou tecnológico, como no voyeurismo e no voyeurismo midiático, respectivamente.

Segundo Freud (1905/1969), a impressão visual é a forma mais frequente que a excitação libidinosa é despertada. Na escopofilia – prazer de ver – o olho torna-se uma zona erógena e transforma-se em perversão “(a) quando se restringe exclusivamente à genitália, (b) quando se liga à superação do asco (o voyeur – espectador das funções excretórias), ou (c) quando suplanta o alvo sexual normal, em vez de ser preparatório a ele.” (FREUD, 1905/1969, s/p). Nessa forma de parafilia⁴ “o privilégio de observar sem ser observado comporta a sensação de tomar posse do observado, afirmar-se sobre ele sem a ameaça da rejeição e torná-lo cativo.” (CARNEIRO *et al*, 2005, p. 4-5), visto que o voyeurismo é definido como

o ato de observar indivíduos, geralmente estranhos, sem suspeitar que estão sendo observados, que estão nus, a se despirem ou em atividade sexual. O ato de observar (“espionar”) serve à finalidade de obter excitação sexual, e geralmente não é tentada qualquer atividade sexual com a pessoa observada [...] Frequentemente (sic), esses indivíduos fantasiam uma experiência sexual com a pessoa observada, mas isto raramente ocorre na realidade. (DSM-IV, 1996, p. 547 *apud* CARNEIRO *et al*, 2005, p. 5).

⁴ “As parafilias são caracterizadas por anseios, fantasias ou comportamentos sexuais recorrentes e intensos que envolvem objetos, atividades ou situações incomuns e causam sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social ou ocupacional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo.” (DSM-IV, 1996, s/p).

Para a psicanálise freudiana, essa perversão é uma forma de desvio no qual “Todas as condições externas e internas que dificultam ou adiam a consecução do alvo sexual normal (impotência, preço elevado do objeto sexual, riscos do ato sexual)” geram “novos alvos sexuais, que podem tomar o lugar dos normais.” (FREUD, 1905/1969, s/p).

Outra contribuição da psicanálise sobre o campo do olhar, é a ideia lacaniana de que “há uma preexistência do olhar no espetáculo do mundo. Nesse mundo que vejo sou, antes de tudo, visto. O olhar não está no nível dos olhos.” (KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 229). Ou seja, para Lacan a pulsão escópica se estabelece a partir de um olhar Outro, “um olhar inapreensível, invisível, que incide sobre o sujeito” (KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 228) que está além da esfera orgânica.

No caso do voyeurismo midiático, existe uma aproximação da pulsão escópica lacaniana e uma distância do caráter sexual freudiano, dado que o que os indivíduos “querem profundamente é o espetáculo da banalidade, que é hoje a verdade pornografia, a verdadeira obscenidade – a da nulidade, da insignificância e da platitude.” (BAUDRILLARD, 2004, p. 21). É por causa dessa curiosidade de ver a vida alheia, através de meios midiáticos, que estamos imergindo em uma nova realidade e cultura.

Voyeurismo midiático se refere ao consumo de revelar imagens e informações sobre vidas de outras pessoas aparentemente reais e desprotegidas, muitas vezes, mas nem sempre, para fins de entretenimento, mas frequentemente à custa da privacidade e do discurso, por meio dos meios de comunicação de massa e da Internet. (CALVERT, 2004, p. 2-3, tradução nossa)⁵.

Conforme Baudrillard, fomos telemorfados para fazer parte dessa nova realidade integral, em que “a tela não é mais a televisão” e os aparelhos eletrônicos, “é a própria realidade.” (BAUDRILLARD, 2004, p. 62). É nesse contexto que o voyeurismo midiático ganha cada vez mais força e está presente mais do que nunca em nossas vidas cotidianas. É através da janela

⁵ “Mediated voyeurism refers to the consumption of revealing images of and information about others’ apparently real and unguarded lives, often yet not always for purposes of entertainment but frequently at the expense of privacy and discourse, through the means of the mass media and Internet.” (CALVERT, 2004, p. 2-3).

indiscreta, do olhar pelo buraco da fechadura que seduz o público a bisbilhotar a vida alheia que ele é construído (ROCHA, 2009). O voyeurismo "que procura manter a atenção do público neste ou naquele texto de cultura, tendo em vista a variedade absurda de opções e estímulos para mudar de canal, abandonar um texto e mergulhar em outros." (ROCHA, 2009, p. 5-6).

Muito da nossa realidade social hoje - muito do significado de nossas vidas que vivenciamos - é gerada por meio de conteúdo mediado de massa, como programas de televisão e filmes, ao invés da experiência direta e em primeira mão com pessoas, lugares e práticas. Muito desse conteúdo mediado, por sua vez, é cada vez mais de natureza voyeurística. As mensagens e imagens voyeurísticas da mídia que vemos e absorvemos tendem a criar, manter e transformar nossa realidade social - nossa cultura. A mídia constrói uma realidade social para nós, cultivando nossas imagens e crenças sobre o mundo real e a realidade. (CALVERT, 2004, p. 22-23, tradução nossa)⁶.

É importante ressaltar que toda pulsão ativa é acompanhada da sua contrapartida passiva (FREUD, 1095/1969). Neste caso, surge o par voyeurismo-exibicionismo e o seu extremo vigilância-narcisismo. No polo exibicionismo, "o sujeito sabe que está sendo observado, mas não quantos ou quem o observa" e, mesmo assim, "exibe sua privacidade abertamente, privando-se de sua intimidade." (CARNEIRO *et al* 2005, p. 9). Na vigilância, o indivíduo "sai da condição de obediente e dócil para assumir a condição de 'participante ativo e responsável' em uma rede ampla e complexa de controle." (MANSANO, 2009, p. 46). No narcisismo, o indivíduo que está à procura de "um objeto de amor, primeiramente toma a si mesmo, a seu próprio corpo, como objeto de amor, antes de passar à escolha de uma outra pessoa como objeto." (FREUD, 1911/2015, p. 52). Envolto nesses laços, o sujeito "vê-se incapacitado de encontrar a essência das coisas e de si, [e] investe em práticas falsamente revitalizadoras" (CARNEIRO *et al*, 2005, p. 10) difundidas por diversos espaços.

Dessa forma, além da nossa curiosidade inata, existem outras forças que propagam esses pares. Segundo Calvert (2004), elas incluem fatores sociais,

⁶ "Much of our social reality today – much of the meaning in our lives that we experience – is generated through mass-mediated content, such as television shows and motion pictures, rather than by direct, firsthand experience with people, places, and practices. Much of that mediated content, in turn, increasingly is voyeuristic in nature. The voyeuristic media messages and images that we view and absorb tend to create, maintain, and transform our social reality – our culture. The media construct a social reality for us, cultivating our images of and beliefs about the real world and reality." (CALVERT, 2004, p. 22-23).

econômicos, políticos, tecnológicos e legais. Para este trabalho, vamos nos atentar a cultura da imagem e o consumo desenfreado de tecnologias, tendo como espaços principais as campanhas publicitárias, o cinema, a televisão e as redes sociais.

A cultura da imagem é o mundo em que a imagem veio substituir o real (BAUDRILLARD, 2004). Com base na produção em massa de imagens que fluem na mente moderna, nossa vontade por entretenimento visual nos faz recorrer ao voyeurismo, visto que surge a necessidade “do outro para a obtenção de prazer, desde que o outro não tenha conhecimento disso.” (CARNEIRO *et al*, 2005, p. 8).

Essa grande produção de imagens, signos e enunciados “são [então] extraídos da vida cotidiana dos consumidores e remetidos de volta a eles na forma de peças publicitárias” (MANSANO, 2009, p. 73). De forma totalmente idealizada, as mercadorias e formas de vidas, comercializadas pela publicidade, viram fruto de desejo para os consumidores por causa do sentimento de pertencimento “aos mundos criados ou ‘glamorizados’ pelo marketing e, segundo essa óptica, abrir caminhos para sair da situação de exclusão e, sobretudo, para sair do anonimato.” (MANSANO, 2009, p. 83).

Além disso, as imagens são orquestras que transportam o espectador a um lugar de prazer e “o que permite estar em todos os espaços, sem preencher lugar algum.” (XAVIER, 1988, *apud* KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 230). Recurso eminentemente utilizado pelo cinema e a televisão, nos quais as telas viram um grande espelho em que “a assimilação por parte do espectador do ponto de vista da câmera estimula processos profundos de identificação narcísica” (KIERNIEW; WEINMANN, 2016, p. 229). Sendo, principalmente a televisão, considerado um espaço de fabricação de narcisos, onde é possível que todas as pessoas - comuns, artistas, intelectuais - apenas apareçam para se tornarem conhecidos (CARNEIRO *et al*, 2005).

No ambiente digital, os computadores se tornaram grandes laboratórios onde é possível experimentar novas subjetividades, dando abertura para a relação social entre pessoas ser estabelecido por uma cultura de exposição e observação de pequenos e grandes espetáculos (SIBILIA, 2008). Em

específico, as redes sociais estão se tornando templos exibicionistas em que seus usuários se esforçam para realizar uma autopromoção que gere cada vez mais engajamento para si (PRIMO, 2009).

Dessa forma, o consumo desenfreado de tecnologias nos faz interagir menos com os outros e, conseqüentemente, experienciamos menos o mundo real (CALVERT, 2004). Assim como torna a sociedade cada vez mais espetacularizada e gera uma necessidade de olhar e de ser olhado difundida pelas comunicações de massa.

1.2. Voyeurismo midiático como forma de poder

Além de matéria orgânica, janelas da alma e portas do prazer, os olhos também são uma forma de poder e controle. O olhar é o ponto de inspiração para produtos vigilantes que, direta ou indiretamente, nos controlam ou nos fazem controlar uns aos outros. Para entender os novos dispositivos de controle da nossa sociedade é preciso fazer um levantamento dos dispositivos disciplinares dos séculos XIX e XX. Segundo Foucault (1975/1999), o Panóptico de Bentham é a principal referência arquitetônica do princípio de controlar e corrigir os anormais realizado pelo poder disciplinar:

na periferia uma construção em anel; no centro, uma torre; esta é vazada de largas janelas que se abrem sobre a face interna do anel; a construção periférica é dividida em celas, cada uma atravessando toda a espessura da construção; elas têm duas janelas, uma para o interior, correspondendo às janelas da torre; outra, que dá para o exterior, permite que a luz atravesse a cela de lado a lado. Basta então colocar um vigia na torre central, e em cada cela trancar um louco, um doente, um condenado, um operário ou um escolar. Pelo efeito da contraluz, pode-se perceber da torre, recortando-se exatamente sobre a claridade, as pequenas silhuetas cativas nas celas da periferia. Tantas jaulas, tantos pequenos teatros, em que cada ator está sozinho, perfeitamente individualizado e constantemente visível. O dispositivo panóptico organiza unidades espaciais que permitem ver sem parar e reconhecer imediatamente. [...] A visibilidade é uma armadilha. (FOUCAULT, 1975/1999, s/p).

A obediência do sujeito, na sociedade disciplinar, se tornou efetiva devido à "dinâmica na qual o indivíduo se reconhecesse como alguém que estava sendo permanentemente vigiado por uma rede hierárquica extensa e composta por pessoas especializadas no olhar." (MANSANO, 2009, p. 41). O indivíduo tinha consciência de que se contrariasse as leis seria punido e, por

isso, o processo de individualização e “de busca constante pela posse de uma identidade que possibilitasse fixar cada indivíduo em uma instituição e em um papel social bem definido” (MANSANO, 2009, p. 42) foi o modo de subjetivação chave para as instituições disciplinares.

Porém, a partir das mudanças do capitalismo, o sistema disciplinar entrou em crise. Com a introdução de uma maior competitividade no trabalho, aumento no consumo e maior circulação de pessoas, informações e produtos, os papéis sociais fixados não dariam conta de atender as necessidades desse novo cenário competitivo (MANSANO, 2009). Dessa forma, novas redes de controle foram articuladas com o grande diferencial que, sem a mediação das instituições disciplinares,

qualquer indivíduo pode tornar-se participante ativo em sua construção ou execução, não precisando ser portador de conhecimento específico e legitimado ou fazer parte da hierarquia vigilante como componente oficial. [...] Com essa disseminação do controle, realizada por meio de instrumentos tecnológicos ou pela vigilância efetuada sobre o cotidiano mais íntimo da população pelos próprios indivíduos, os muros institucionais deixam de ser a condição única e indispensável para manter a suposta ordem social - como já foi anunciado por Foucault. (MANSANO, 2009, p. 46-47)

Essas novas redes de controle são divididas em três grandes grupos por Mansano (2009): vigilância disseminada, controle-estimulação e controle de riscos. Para este trabalho cabe apenas as discussões a partir do primeiro grupo, no qual é possível fazer uma análise do voyeurismo midiático como forma de controle.

A concepção da vigilância disseminada surge com base na organização da sociedade em redes múltiplas e diversificadas, em que se torna capaz “acionar um contingente maior de indivíduos para realizar” uma tarefa (MANSANO, 2009, p. 51). Por causa dessa ampla disseminação, de maneira cada vez mais microssocial, há um envolvimento efetivo do indivíduo comum que está em qualquer lugar e pode atuar a qualquer momento. Surge, assim, uma configuração panóptica e tecnológica na qual

encontramo-nos cercados por múltiplos "olhos", por vezes anônimos, que emergem ao acaso, ou por equipamentos sofisticados, com seus amplos circuitos em rede disponibilizados para facilitar o controle sobre a passagem e a ação daqueles que estão presentes nos mais diferentes espaços [...] por onde quer que andemos estão presentes os dispositivos de vigilância. (MANSANO, 2009, p. 51-52)

Por estarem se tornando corriqueiros, esses dispositivos de vigilância vêm "ganhando um contorno de naturalidade que faz que as pessoas se tornem quase indiferentes à sua presença" (MANSANO, 2009, p. 55). Isso faz com que a dicotomia vida pública/privada perca forças e disponha de um espaço para a superexposição da vida íntima. Pessoas desconhecidas podem observar o dia a dia alheio e dar sua opinião através da internet, como o caso de comentar nas redes sociais o que está acontecendo nos *reality shows*, tornando a vigilância uma forma de "divertimento" (BENTES, 2003 *apud* MANSANO, 2009, p. 62).

Além da naturalização, as novas formas de controle se transformaram importantes vetores na produção de subjetividades. Construída a partir de uma cartografia cultural, em que as dúvidas, certezas e pluralidades das experiências socioculturais lhe servem como um guia (ROLNIK, 1997; MACHADO, 2013), a subjetividade são os modos de ser e de estar no mundo "os quais envolvem pensamentos e emoções mais pessoais sobre 'quem nós somos'" (WOODWARD, 2000, p. 55 *apud* MACHADO, 2013, p. 21).

Ou seja, justamente por proporcionarem mecanismos de visibilidade, que modificam as formas de ver e ser visto, os dispositivos de vigilância geram "diferentes repercussões sobre a subjetividade tanto nos circuitos de controle e segurança quanto nos circuitos de prazer e entretenimento" (BRUNO, 2013, p. 53 *apud* LOPES; PORTELA, 2018, p. 4).

Dessa forma, o voyeurismo midiático além de se tornar uma forma de controle, traz também consigo a oportunidade e o poder de se envolver e influenciar na formação de subjetividades, tornando assim "o 'olhar alheio' a mais importante ferramenta da constituição do indivíduo." (LOPES; PORTELA, 2018, p. 6).

2. Metodologia

A fim de visualizar na prática os efeitos do voyeurismo midiático, foi escolhido analisar o filme *O Show de Truman* (1998), o qual propõe uma reflexão sobre a observação exacerbada de um indivíduo sem ele ter conhecimento. Não existe uma análise fílmica única e universal, sendo possível misturar elementos de diversos modelos para investigar uma obra cinematográfica (Casetti; Di Chio, 1991). Dessa forma, usaremos a análise com base em Penafria (2009) e Casetti e Di Chio (1991) para a metodologia desta pesquisa.

Segundo Penafria (2009), há quatro formas de se analisar um filme: análise textual, análise de conteúdo, análise poética e análise de imagem e som. Neste caso, será utilizada a análise de conteúdo que

[...] considera o filme como um relato e tem apenas em conta o tema do filme. A aplicação deste tipo de análise implica, em primeiro lugar, identificar-se o tema do filme [...] Em seguida, faz-se um resumo da história e a decomposição do filme tendo em conta o que o filme diz a respeito do tema. (PENAFRIA, 2009, p. 6)

Na decomposição do filme, vamos nos atentar principalmente à narrativa, sendo as subcategorias estudadas os personagens como persona - no qual se converte o personagem em algo real e o assume "como indivíduo dotado de um perfil intelectual, emocional e atitudinal, bem como de sua própria gama de comportamentos, reações; gestos, etc." (Casetti; Di Chio, 1991, p. 178, tradução nossa)⁷ - e as ações como comportamento - que

[...] vamos considerá-la essencialmente como uma atuação atribuível a uma fonte concreta e precisa, e inserível em circunstâncias determinadas: o comportamento é, de fato, principalmente, a manifestação da atividade de "alguém", sua resposta explícita a uma situação ou a um estímulo. (Casetti; Di Chio, 1991, p. 189, tradução nossa)⁸

⁷ "como un individuo dotado de un perfil intelectual, emotivo y actitudinal, así como de una gama propia de comportamientos, reacciones; gestos, etc." (Casetti; Di Chio, 1991, p. 178).

⁸ "la consideraremos esencialmente como una actuación atribuible a una fuente concreta y precisa, e inscribible en circunstancias determinadas: el comportamiento es, de hecho, principalmente, la manifestación de la actividad de «alguien», su respuesta explícita a una situación o a un estímulo." (Casetti; Di Chio, 1991, p. 189).

Além disso, é importante ressaltar a dificuldade em analisar um filme como um todo. Por isso, separamos cenas chave que “conservam um caráter autônomo e distinto” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 39, tradução nossa)⁹ e mostram como o voyeurismo midiático, enquanto dispositivo de vigilância disseminada, se manifesta nas criações de subjetividades do personagem principal, Truman Burbank, e do personagem secundário, os telespectadores.

3. Análise do filme *O Show de Truman* (1998)

O Show de Truman (1998), lançado em 1998 e dirigido por Peter Weir, acompanha a história de Truman Burbank que nasceu e cresceu frente às câmeras de um *reality show*. Sua vida é monitorada 24 horas por dia com audiência de bilhões de telespectadores e, enquanto todos ao seu redor sabem desse fato, ele não suspeita que está vivendo nessa realidade simulada. No filme, Seahaven é a cidade-estúdio em que o personagem vive, sendo “desse estúdio que emana a narrativa vista pelos telespectadores do programa e por nós, os espectadores do filme.” (Coutinho, 2001, p. 98). Um dia, porém, algumas situações fazem com que Truman suspeite e questione o que acontece ao seu redor, embarcando numa busca para descobrir a verdade sobre sua vida.

A cena entre 64'03'' e 64'34'' começa com o diretor do show, Cristof, sendo entrevistado num especial de 30 anos do programa e diz que “Quando Truman cresceu, fomos forçados a criar maneiras de mantê-lo na ilha”. Mostra-se, então, duas lembranças de Truman pré-adolescente: a primeira, na escola falando que gostaria de ser um grande explorador como Magalhães e a sua professora lhe respondendo que chegara tarde demais, pois não havia mais nada a explorar; a segunda, Truman está tentando atravessar uma ponte (dando a entender que seria o lado da saída da cidade-estúdio), mas é impedido por um cachorro latindo – momento que surge o medo de Truman por cachorros, exibido ao longo do filme. Por fim, para conseguir se assegurar que o personagem não iria sair da ilha, Cristof cria o afogamento de Kirk, pai

⁹ “conservan un carácter autónomo y distintivo” (Casetti; Di Chio, 1991, p. 39).

de Truman. O entrevistador, Mike, fecha a discussão dizendo que isso foi muito eficiente, “Truman, desde então, tem pavor de água”.

Figura 1 - primeira sequência analisada



Se o desenvolvimento psicológico é influenciado pelo contexto familiar, educacional e midiático (Savoia, 1989), até que ponto uma característica é totalmente minha?

FONTE: Frame do filme *O Show de Truman* (1998)

Ao criar situações que assegurem a permanência de Truman na ilha e, conseqüentemente, da sobrevivência do programa, Cristof se coloca no papel de criador de subjetividades. Aqui, fica evidente o quanto a nossa subjetividade - nossos medos, obsessões e desejos - é

resultante não só da personalidade do sujeito, mas resultante também de certos jogos de forças e aspectos estruturantes que marcam o subjetivo. Assim, ela é múltipla e o que contribui para a sua produção não é fixo, nem hierárquico, mas constituído por diferentes moldes advindos de instituições como família, escola, trabalho e etc. (LOPES; PORTELA, 2018, p. 3)

Nesse jogo de forças, os tentáculos das cinco mil câmeras que espionam o personagem principal tornam-se precursores de um “ciclo vicioso que lhe fora imposto ao nascer”, evitando com que Truman descubra “em si mesmo camadas mais profundas de personalidade” (BICHARA; SILVA, 2016, p. 90). Pode-se dizer, então, que o sucesso do controle de Cristof sobre o astro do seu programa é resultado da combinação entre o Panóptico de Bentham

– no filme, o estúdio-cidade - e da vigilância disseminada – as câmeras e a equipe de profissionais.

Enquanto Truman se encontra preso à um local fechado, sem ter para onde sair, as centenas de olhos dos moradores figurantes de Seahaven conseguem tomar conta dos seus movimentos. Ao mínimo sinal de uma situação inesperada, que poderia acabar com o *reality show*, tanto Cristof quanto a equipe estão a postos para evitar que Truman venha a descobrir sobre a realidade simulada.

Dessa forma, os dispositivos tecnológicos geram a disciplina e o espetáculo, duas implicações fundamentais na produção de subjetividades (BRUNO, 2013 *apud* LOPES; PORTELA, 2018, p. 4). Isso significa que as barreiras entre o ficcional e o real se enfraquecem e provocam novas configurações na sociedade que “podem ser apropriadas subjetivamente e, com isso, passam a compor modos singulares de viver e se relacionar com o mundo.” (MANSANO, 2009, p. 119).

Ao levar ao extremo a conjunção entre realismo e imaginação (COUTINHO, 2001), Cristof transforma Truman em um conjunto de subjetividades “globalizadas flexíveis, que mudam ao sabor dos movimentos do mercado e com igual velocidade” (ROLNIK, 1997, p. 21 *apud* SIBILIA, 2015, p. 362). Ao mesmo tempo, essa tecitura dos modos de ser é levada às telas de televisão do mundo todo, nas quais as “sociedades tecem uma rede de representações coletivas a partir de ideias, imagens, cenários compondo um esquema que servirá de referência para sua mundividência.” (COUTINHO, 2001, p. 123). Assim, além do personagem principal, é importante analisar o público que acompanha o *reality show* como uma psique coletiva.

Figura 2 – segundo personagem analisado

“Trata-se de voyeurismo pornô? Não. Sexo existe por toda parte, mas não é isto o que as pessoas querem. O que elas querem profundamente é o espetáculo da banalidade”
(BAUDRILLARD, 1929/2004, p. 21)

FONTE: Frame do filme *O Show de Truman* (1998)

Segundo Morin (1970), os fenômenos psicológicos subjetivos são comandados pelo complexo projeção-identificação, no qual o indivíduo projeta suas necessidades, medos, anseios e afins nos outros e incorpora o mundo no seu eu. Tanto o cinema quanto a televisão são “máquina[s] de projeção-identificação” (MORIN, 1970, p. 125), onde o telespectador, rodeado de elementos voyeurista-exibicionista e vigilante-narcisista, se torna incapacitado de definir quem ele é sem projetar e identificar no outro aquilo que ele “desconhece ou recusa a si mesmo” (COUTINHO, 2001, p. 115). Ou seja, assim como os outros ditam o meu eu, eu também me dito a partir dos outros.

Nessa busca pelo eu, através da cultura da imagem e do consumo desenfreado de tecnologias, é notório como o voyeurismo midiático também tem o objetivo de “manter a ilusão do prazer e da felicidade acessíveis” (NETO, 1997, p. 109 *apud* MANSANO, 2009, p. 93). Dessa forma, a espetacularização do cotidiano seduz as audiências e as leva a se identificar com as representações sociais e ideológicas presentes nos produtos da mídia (ROCHA; CASTRO, 2009).

As produções de sentido acerca da visibilidade do cotidiano e da intimidade do sujeito comum são, ao mesmo tempo, suporte e instrumento, para a construção dos produtos midiático-televisivos e para a constituição da subjetividade contemporânea, isto é, dos modos de ser e estar no mundo no primeiro quartel do século XXI. (MACHADO, 2013, p. 54)

Além disso, o bombardeio diário do *reality show* nos telespectadores do filme “incide não apenas sobre o tempo presente, mas também sobre um tempo que ainda está por vir.” (MANSANO, 2009, p. 93). Essa necessidade de voltar o olhar para a próxima cena abre espaço para a tela virar um grande espelho, onde “operam-se verdadeiras transferências entre a alma do espectador e o espetáculo do écran.” (MORIN, 1970, p. 117).

É assim, nessas condições – os jogos de força para garantir que Truman não saia da ilha-estúdio e o complexo projeção-identificação utilizado pelas mídias – que o voyeurismo midiático, seja com o papel do diretor Cristof quanto das televisões, incita o sujeito a assumir, ao mesmo tempo, diferentes modos de ser na sociedade. Em outras palavras, o processo da subjetivação “Trata-se de uma atividade constituinte de si que, a cada momento, compõe diferentemente, dando movimento à produção dos diferentes modos de viver, que podem tanto se alternar quanto coexistir.” (MANSANO, 2009, p. 128) e que são mais ou menos interferidos pelos dispositivos de vigilância disseminada.

4. Considerações finais

A breve pesquisa realizada neste artigo é apenas um dos pontos de partida para investigar as consequências do voyeurismo midiático nos dias modernos. Sua implicação pode ser resumida como um fluxo voyeurismo-exibicionismo-vigilância-controle que se retroalimenta. Nossa natureza de observar o outro é intensificada com os meios de comunicação que, além de criar meu modo de ser na sociedade, permite que nós mesmos façamos o papel de vigilante e controlador da vida alheia.

Durante a análise do *O Show de Truman*, ficou visível que nessa era em que espetáculo e vigilância andam juntos, o personagem de Truman serve como uma representação do nosso eu de hoje em dia. É olhando e sendo visto, através dos espaços midiáticos, que viramos um “indivíduo cuidadosamente fabricado” (FOUCAULT, 1975/1999, s/p). O voyeurismo midiático influencia na mundividência da sociedade, “orienta comportamentos e condutas, estabelece e hierarquiza valores e objetivos e, sobretudo, dá estrutura a uma narrativa por meio da qual transitam as condições reais de existência e os seus mitos fundadores” (COUTINHO, 2001, p. 123). Ou seja, usufruindo do seu poder como controle de vigilância e meio de espetacularizar representações sociais e ideológicas, o voyeurismo tece uma grande rede de subjetividades.

Dessa forma, é possível concluir que o novo dispositivo de controle – o voyeurismo midiático – e seus vértices – exibicionismo, vigilância e narcisismo – são peças de um quebra-cabeça muito mais complexo que relaciona diversas áreas do conhecimento. Além disso, ao sermos impactados pelas campanhas publicitárias, pelo cinema, pela televisão e pelas redes sociais, nossas subjetividades mudam e se adaptam, constantemente, com as novas formas de ser e de ser visto ditados pela mídia.

Por fim, deixamos uma reflexão que acompanhou toda a pesquisa e a escrita do artigo. Quem somos nós? Conforme Mansano (2009, p. 128) “perguntar pelo ‘eu’ leva a uma multiplicidade de combinações que não admite uma resposta definitiva”, e provavelmente sejamos apenas isto: uma fluidez em forma humana.

Referências

ASSOCIAÇÃO AMERICANA DE PSIQUIATRIA. **Manual de Diagnóstico e Estatística dos Transtornos Mentais**. IV. ed. [S. l.: s.n.], 1994. Disponível em: https://www.psiquiatriageral.com.br/dsm4/sub_index.htm. Acesso em: 13 ago. 2020.

BAITELLO JUNIOR, Norval. **A Era da Iconofagia** – Ensaio de Comunicação e Cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **Telemorfose**. Trad. Muniz Sodré. Rio de Janeiro: Mauad, 1929/2004.

BICHARA, Marcelo; SILVA, Nilton Sousa da. Sorria, você está sendo filmado: subjetividade e câmera na pesquisa psicológica. **Psicologia Revista**, São Paulo, v. 25, n. 1, p. 77-99, 2016. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/psicorevista/article/view/29612/20617>. Acesso em: 19 set. 2020.

CALVERT, Clay. **Voyeur Nation**: Média, privacy, and peering in modern culture. Boulder: Westview Press, 2004. Disponível em: <https://archive.org/details/voyeurnation00clay/page/n5/mode/2up?q=marketing>. Acesso em: 13 ago. 2020.

CARNEIRO, Nancy Greca de Oliveira *et al.* Reality Shows e voyeurismo: um estudo sobre os vícios da pós-modernidade. **Rev. latinoam. psicopatol. fundam.**, São Paulo, v. VIII, n. 1, p. 1-13, mar 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/rlpf/v8n1/1415-4714-rlpf-8-1-0001.pdf>. Acesso em: 7 set. 2020.

CASETTI, Francesco; DI CHIO, Federico. **Cómo analizar un film**. Barcelona: Paidós, 2013.

COUTINHO, Laura Maria. Estúdio 4. In: COUTINHO, Laura Maria. **O estúdio de televisão e a educação da memória**. Tese (Doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Campinas. 2001.

CRUZ, Felipe Branco. Reality shows e filmes tristes são os mais vistos na Netflix em 2020. **Veja**, [S.l.], p. s.p, 10 dez. 2020. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/blog/tela-plana/reality-shows-e-filmes-tristes-sao-os-mais-vistos-na-netflix-em-2020/>. Acesso em: 8 fev. 2021.

FOUCAULT, Michel. O Panoptismo. In: FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: Nascimento da prisão. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 1999. s.p. Disponível em: https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/centrocultural/foucault_vigiar_punir.pdf. Acesso em: 23 set. 2020.

FREUD, Sigmund. Três Ensaio sobre a Teoria da Sexualidade. In: **Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud**. Rio de Janeiro: Imago, 1969. v. VII, p. s.p. (Trabalho original publicado em 1905). Disponível em: <http://conexoesclinicas.com.br/wp-content/uploads/2015/01/freud-sigmund-obras-completas-imago-vol-07-1901-1905.pdf>. Acesso em: 13 ago. 2020.

KIERNIEW, Janniny G.; WEINMANN, Amadeu de O. O voyeurismo no cinema: uma análise de Janela indiscreta. **Jornal de Psicanálise**, São Paulo, v. 49, n. 91, p. 227-239, 2016. Disponível em: <http://pepsic.bvsalud.org/pdf/jp/v49n91/v49n91a20.pdf>. Acesso em: 7 set. 2020.

LOPES, João Diego Barbosa; PORTELA, Cristiane. Midiatização, Subjetividade e Exposição do Eu: Gabriela Pugliesi no Instagram. **XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Juazeiro: Intercom, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nordeste2018/resumos/R62-0566-1.pdf>. Acesso em: 19 set. 2020.

MACHADO, Fabíola Orlando Calazans. **“Seja ótima, seja feliz”**: discurso, representação e subjetividade feminina no canal GNT. Tese (Doutorado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília. 2013.

MANSANO, Sonia. **Sorria você está sendo controlado**: Resistência e poder na sociedade de controle. São Paulo: Summus, 2009.

MORIN, Edgar. A alma do cinema. In: MORIN, Edgar. **O cinema ou o homem imaginário**. Lisboa: Moraes Editores, 1970. p. 105-139.

O SHOW de Truman. Direção: Peter Weir. Seaside, FL: Paramount Pictures, 1998. 1 DVD (103 min), color.

PENAFRIA, Manuela. Análise de Filmes - conceitos e metodologia(s). **VI Congresso SOPCOM**, Lisboa, p. 1-10, abril 2009. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-penafria-analise.pdf>. Acesso em: 9 out. 2020.

ROCHA, Debora Cristina. Reality TV e reality show: ficção e realidade na televisão. **E-Compós**, v. 12, n. 3, p. 1-16, 11 fev. 2010. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/387/380>. Acesso em: 13 ago. 2020.

ROCHA, Rose de Melo; CASTRO, Gisela G. S. Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno. **LOGOS**, Rio de Janeiro, n. 30, p. 48-59, 1. sem. 2009. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/361>. Acesso em: 13 ago. 2020.

ROLNIK, Suely. Uma insólita viagem à subjetividade: fronteiras com a ética e a cultura. **Núcleo de Estudos da Subjetividade**, São Paulo, p. 1-11, 1997.

Disponível em:

<https://www.pucsp.br/nucleodesubjetividade/Textos/SUELY/viagensubjetic.pdf>. Acesso em: 19 set. 2020.

SAVOIA, Mariângela Gentil. **Psicologia social**. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

SIBILIA, Paula. **O show do eu**: a intimidade como espetáculo. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIBILIA, Paula. Autenticidade e performance: a construção de si como personagem visível. **Revista Fronteiras** - estudos midiáticos, [s. l.], v. 17, n. 3, p. 353-364, set./dez. 2015. Disponível em:

<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.173.09/4984>. Acesso em: 7 set. 2020.

PRIMO, Alex. A busca por fama na web: reputação e narcisismo na grande mídia, em blogs e no twitter. **XXXII Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Curitiba: Intercom, 2009. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/fama.pdf>. Acesso em 7 set. 2020.

WE ARE SOCIAL (Reino Unido); HOOTSUITE (Canadá). DIGITAL 2020: BRAZIL. In: WE ARE SOCIAL (Reino Unido); HOOTSUITE (Canadá). **DIGITAL 2020: GLOBAL DIGITAL OVERVIEW**. [S. l.], 17 fev. 2020. Disponível em:

<https://datareportal.com/reports/digital-2020-brazil>. Acesso em: 9 fev. 2021.

O ESPETÁCULO E O MITO DA CAVERNA NO FILME O SHOW DE TRUMAN: UMA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA¹

Isabella de Carvalho Abrão*

1. Introdução

O filme “O show de Truman: o show da vida” (1998) despertou uma série de debates sobre as relações entre ficção e realidade nas mídias. A narrativa acompanha a história de Truman Burbank, um astro de um *reality show* chamado O Show de Truman. Entretanto, o personagem não faz ideia de que 5 mil câmeras o filmam diariamente. Por isso, leva uma vida tranquila como corretor de seguros na ilha Seahaven, localizada no maior estúdio cinematográfico do planeta. Com exceção dele, todos na cidade são atores, inclusive sua esposa e seu melhor amigo. Christof, o diretor do projeto, afirma que Truman é livre; porém, utiliza estratégias para fazer com que o protagonista tenha medo de sair da ilha. Quando o show chega ao 10.909º episódio, Truman completa 30 anos e começa a perceber situações e coincidências estranhas que ocorrem na cidade. Até que descobre toda a estrutura montada para a realização do reality show de sua própria vida.

Desde o seu lançamento, a obra foi estudada por vários pesquisadores dos mais diversos campos; contudo, ainda oferece oportunidade para novas análises: à medida em que novas tecnologias surgem e os usuários são submetidos a formas inéditas de controle comportamental, o filme parece inspirar novas interpretações. De todo modo, uma das perspectivas mais comuns nos estudos sobre o filme diz respeito às analogias encontradas entre a obra e o mito da Caverna de Platão.

¹ Este capítulo foi escrito com bolsa de iniciação científica concedida pelo CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico).

* Aluna do terceiro ano do curso de Jornalismo na Universidade Estadual de Londrina (UEL). Orientador: André Azevedo da Fonseca.

Platão escreveu a Alegoria da Caverna no livro VII de *A república* como sendo um diálogo hipotético entre Sócrates e Glauco. A conversa tem início com a ideia de uma caverna subterrânea, na qual homens acorrentados vivem desde a infância. Esses prisioneiros, impossibilitados de se moverem, passaram a vida encarando sombras na parede e escutando palavras distorcidas ecoando pelo lugar. Na saída da caverna há um muro cuja altura encobre pessoas livres, que gesticulam, movimentam objetos e gritam, provocando os sons e as figuras, causadas pela chama de uma fogueira. Por estarem ali desde que nasceram, tudo o que os homens acorrentados sabem sobre o mundo é o que eles vivenciam. Se um dos prisioneiros ficasse desconfiado e conseguisse sair da caverna, ele teria que deixar de lado tudo o que conhece. Seria difícil voltar a viver daquela forma sabendo como as coisas funcionam de fato e, caso tentasse libertar outros das correntes, haveria a possibilidade de ser julgado como louco.

Considerando que o cinema de Hollywood emprega mitologias de forma deliberada nos roteiros, como demonstra Vogler (2006), é interessante traçar um paralelo entre as obras. Avaliar *O Show de Truman* pelo olhar da alegoria contribui para o entendimento de um discurso popular na cultura de mídia: a atualização de narrativas ancestrais para pensar a relação contemporânea entre indivíduo e tecnologia.

O objetivo deste trabalho é realizar uma revisão bibliográfica para compreender o estado da arte das pesquisas que observaram as semelhanças e contradições entre as narrativas do mito platônico e do roteiro do filme. Para isso, foi empregada a metodologia de pesquisa bibliográfica, que, por meio do método dialético, “submete à análise toda interpretação pré-existente sobre o objeto de estudo” (LIMA; MIOTO, 2007, p.40).

Lima e Mioto (2007) destacam a importância de quatro fases no processo de produção e delimitação de uma pesquisa: a elaboração do projeto, a investigação das soluções, a análise explicativa das soluções e a síntese integradora. A partir disso, a coleta de informações deve ser iniciada com a aplicação de critérios que definam um parâmetro temático, um parâmetro linguístico, as principais fontes e um parâmetro cronológico.

Neste trabalho, o parâmetro cronológico foi determinado tendo em conta o ano de lançamento do filme *O Show de Truman*. Dessa forma, foram consideradas pesquisas desenvolvidas a partir de 1998. No parâmetro temático, foram selecionados apenas textos que relacionam o longa com aspectos da manipulação midiática, da vigilância e, principalmente, do mito da Caverna. No parâmetro linguístico, por sua vez, ficou definida a utilização de obras em inglês e português.

Inicialmente, foi priorizada a leitura apenas de textos em português. No entanto, durante o desenvolvimento do trabalho, a busca foi ampliada para englobar textos em inglês, dando preferência a artigos publicados em periódicos revisados por pares. Foram selecionados nove artigos que, em seu conjunto, oferecem resultados representativos para o objeto de estudo.

2. Poder midiático

Ronald Bishop (2000) utiliza estudos culturais como base teórica para debater, por meio de uma análise da obra cinematográfica, a forma como as pessoas ficam fascinadas quando produções de entretenimento retratam a crítica ao papel da mídia e sua influência na sociedade. O argumento principal é que filmes e programas de televisão com essa temática não deveriam ser parabenizados por trazerem um olhar crítico, pois na verdade reforçam o poder midiático, lucrando enquanto exploram a desconfiança com a mídia. Bishop cita vários estudiosos, a exemplo de Antonio Gramsci e John Storey, que contribuem para o entendimento da questão. No decorrer do texto, o autor defende que filmes como *O Show de Truman* utilizam a autorreflexão como propaganda, de modo que o público, deslumbrado com a mídia se propondo a repreender suas próprias produções, não percebe que não se trata de uma crítica genuína. Para explicar como tal mensagem é produzida, inserida e como ela reflete na vida do espectador, reproduzindo ou criando estruturas de poder, Bishop adere a uma perspectiva marxista.

O pesquisador observa que esses filmes e programas elaboraram o único discurso realmente aceito sobre a crítica da mídia, em que as reclamações são levadas a sério apenas dentro do espaço da própria mídia. Ou seja, os produtores de entretenimento conseguiram criar um tipo de crítica que as pessoas reconhecem e concordam, mas que só a mídia é capaz de oferecer. Sendo assim, o autor destaca que a sociedade está presa em um paradoxo: as pessoas dependem da mídia, em especial dos noticiários, para dar sentido às suas vidas, mas não conseguem confiar nela. Isto porque, embora exista atualmente uma variedade de informações disponíveis, nem sempre elas são legítimas.

Entretanto, diferente de filmes anteriores que abordam este tema, Bishop argumenta que em *O Show de Truman* não ocorre um ataque contra o poder da mídia sobre a população, mas contra a intromissão exagerada da mídia e a idolatria por celebridades. Para o autor, o objetivo do longa é debater a questão da fama, focando no modo como os personagens intensificam a importância de Truman e forçam uma popularidade excessiva em uma pessoa comum. Sendo assim, sugere que é impossível não ser afetado pela mídia; pois, ao mesmo tempo em que ela manipula, todos contribuem com ela. Dessa forma, o filme permite que o público participe da discussão sobre os efeitos da mídia, convencendo-os que, ao assistirem, saberão quando estão sendo manipulados, mas não o suficiente para que sejam capazes de entender como a mídia realmente influencia suas vidas, fazendo com que ainda dependam dela.

John Macgregor Wise (2002) por outro lado, usou a discussão sobre o filme para explorar a teoria da "Sociedade de Controle", proposta por Gilles Deleuze. No artigo *Mapping the Culture of Control: seeing through The Truman Show* (Mapeando a Sociedade de Controle: vendo através do *O Show de Truman*), Wise (2002) destacou três tópicos principais: a caracterização de um regime de vigilância e controle, a exploração e influência da venda de um produto na vida cotidiana, e a ideia de que o individualismo é mais forte do que os itens anteriores – usando como base para este terceiro ponto a noção de "mobilidade estruturada" de Lawrence Grossberg.

Para explicar o primeiro tópico, o autor empenha-se em diferenciar a sociedade de Deleuze da sociedade que Michel Foucault propõe, na qual o objetivo é uma vigilância marcada pela internalização da disciplina social – isto é, o indivíduo tem consciência de que está sendo monitorado e teme pelas consequências de seus atos. Na sociedade de controle não ocorre uma tentativa de disciplina porque a vigilância é constantemente modulada e o indivíduo não percebe tal gerenciamento, sendo marcada por uma crise nas instituições sociais e pela substituição do espaço público pelo privado. Sendo assim, Wise (2002) defende que em *O Show de Truman* o regime dominante seria o de controle, pois o personagem não sabe que está sendo vigiado e os produtores do programa alegam que esse monitoramento é para a própria segurança dele, manipulando não só Truman como os espectadores.

O pesquisador também aponta que a vigilância na sociedade de controle é articulada por uma simulação da realidade, que transforma o sujeito em consumidor. Pensando nisso, Wise (2002) observa que as empresas de entretenimento estão cada vez mais buscando formas de incrementar a publicidade no cotidiano da população, estimulando o consumo como um hábito, assim como ocorre no filme. O longa seria um claro exemplo de como a mídia tem feito esse trabalho, pois no *reality show* as propagandas são feitas durante a transmissão com os próprios atores utilizando e promovendo os produtos. Tudo o que aparece no programa está à venda, incluindo as casas dos personagens. Para Wise (2002), ao nos acostumarmos com anúncios em excesso, passamos a acreditar nas ilusões do marketing, desejando aquela felicidade promovida pelo conforto consumista.

No filme, os valores da individualidade são ressaltados pela vitória de Truman contra uma sociedade tecnológica de controle. O próprio nome do personagem, como destaca Wise (2002), sugere que ele é um “homem verdadeiro” (*Truman = True Man*) e, portanto, um indivíduo racional que luta contra a mentira. A conclusão do autor é que os consumidores também poderiam se revoltar contra a sociedade de controle, mas são enganados pelo capital. A própria noção de liberdade é forjada por esse regime. Sendo assim, ao pensar que está buscando o individualismo, a população está

apenas seguindo um conceito estabelecido por quem a controla. Dessa forma, Wise (2002) afirma que o indivíduo é um produto de fluxos de poder e matéria, sendo as forças que definem os espaços que ele ocupa chamadas de “máquinas de territorialização”, as quais produzem o que Grossberg chama de “mobilidade estruturada”, com as instituições monitorando cada passo da população.

Ao final do artigo, é argumentado que os três tópicos (controle, consumismo e individualismo) estão conectados pelo afeto, principal meio de controle. O valor de um produto é muito eficaz para as estruturas de poder e, por isso, a sociedade de controle gera um excesso de afeto, bem como ocorre na dinâmica das tendências da moda em lojas de roupas. Sem ele, ficamos entediados com o consumismo e aterrorizados com a vigilância da sociedade de controle. Isto pode ser observado no filme: assim que Truman escapa, as pessoas rapidamente voltam a procurar outra coisa para assistir. A ideia de que Truman realmente escapa da vigilância, entretanto, é falsa, pois ele apenas saiu de uma instituição. Para Wise (2002) essa perspectiva de liberdade é um conforto para que o público não tema a sociedade de controle, pois não podemos nos separar da sociedade e nem do consumismo: somos cúmplices dela. Ao vermos *O Show de Truman*, questionamos nossas próprias práticas de visualização, mas continuamos a assistir o personagem mesmo assim. Segundo o autor, esse comportamento denuncia tal cumplicidade. Com tudo isso, observamos que, apesar de não abordar diretamente o tema da caverna, o problema da tomada de consciência é uma questão fundamental nos textos de Bishop (2000) e Wise (2002).

Pau Gilabert Barberà (2003) em *Cinema Roads to the Platonic Image of the Cave* (Estradas do cinema para a imagem platônica da caverna), faz uma análise de cinco filmes e um programa de televisão relacionando-os com o texto da Alegoria da Caverna. O autor inicia a discussão destacando a importância de, ao se fazer uma associação entre o mundo antigo e o mundo contemporâneo, demonstrar que houve consciência e preservação da sabedoria clássica. Dessa forma, ele afirma que o tema escolhido é relevante, pois o permite ser heterodoxo e, ao mesmo tempo, esclarecer o valor da obra

de Platão, incentivando as pessoas a se interessarem pela civilização antiga através do cinema. Outro ponto importante destacado no decorrer do artigo é a questão imaginativa presente no mito: ou seja, somos levados a formar imagens em nossa mente de acordo com o que é descrito no texto. O pesquisador confessa que, para encontrar possíveis relações entre o texto platônico e os filmes analisados, também fez uso da imaginação.

O primeiro filme debatido por Barberá (2003) é, assim como nos outros artigos, *O Show de Truman*. Embora o diretor do longa não tenha admitido a influência do texto de Platão na obra cinematográfica, o pesquisador afirma que é possível encontrar um grande número de paralelos. Para Barberá (2003), há duas comparações principais: o público é como os prisioneiros e a vida de Truman é como as sombras. Os espectadores estão 'acorrentados' pela perspectiva de que o que veem é real e, por outro lado, todas as emoções, atitudes e situações da vida de Truman são 'sombras', isto é, fazem parte do mundo da aparência. Para o pesquisador, Christof, o diretor do programa, comete o mesmo erro de Platão em *A República* ao sugerir ser capaz de projetar um Estado ideal. O personagem cria um mundo que pertence e é ideal apenas a ele mesmo, pois Truman tem um papel imposto. Sendo assim, diferente do que aponta Wise (2002) e a definição de homem racional de Platão, Barberá (2003) conclui que o personagem não é uma representação do "homem verdadeiro", pois é falso e planejado, por isso considera que os prisioneiros são os espectadores.

Barberá (2003) também menciona os filmes *O Conformista* (1970) e *O Retrato de Dorian Gray* (1945), ambos adaptações de obras literárias. Nas versões produzidas para o cinema, o pesquisador defende ser muito clara a referência ao mito da caverna, seguindo o roteiro desenvolvido por Platão em que pessoas presas, mesmo que metaforicamente, não são capazes de enxergar qual é a realidade e precisam se libertar das sombras para escapar dessa condição. Em *Terra das Sombras* (1993) e *Uma Janela para o Amor* (1985), entretanto, o pesquisador observa que a imagem platônica da caverna não é mencionada e nem tão fácil de perceber. Ainda assim, Barberá (2003) identifica semelhanças entre a alegoria e a história contada

nos dois longas, como, por exemplo, um fator externo sendo responsável pelo despertar dos personagens. Outro título analisado foi a adaptação para a TV de *Retorno a Brideshead*, que recebeu o nome de *Memórias de Brideshead* (1981). Nesta, embora também não prove a referência platônica, Barberà argumenta que ela é mais evidente, principalmente porque os personagens mais velhos aparentam estar presos em um simulacro da vida verdadeira, repreendendo a forma como os jovens se expressam.

3. Mundo contemporâneo

Peter McGregor (2003), no entanto, fez uma análise do filme em *The Truman Show as a study of "the Society of the Spectacle"* (O Show de Truman como um estudo da "Sociedade do Espetáculo"), relacionando-o ao mundo contemporâneo e midiático, no qual o consumo tornou-se mais importante do que a produção. Para isso, baseia-se em alguns conceitos teóricos, entre eles – e principalmente – o da "sociedade do espetáculo", proposto por Guy Debord, em 1967. McGregor (2003) destaca três das definições de 'espetáculo' estabelecidas por Debord: a de que tudo o que é vivido torna-se uma representação; a de que o espetáculo é semelhante à ilusão; e a de que não se trata de imagens, mas de uma relação social entre pessoas pautada por imagens. Segundo o pesquisador, as três contribuem para a ideia de que as coisas não são o que aparentam ser, questão muito discutida quando o assunto é o que vemos na mídia, mais especificamente com relação ao que nos é mostrado no cinema e na televisão, como demonstra Bishop (2000). Embora muitas pessoas considerem O Show de Truman como um precursor da crítica à exposição nos *reality shows*, McGregor acredita que esse não era o objetivo principal. O autor sugere que o longa é o exemplo claro destes três conceitos de 'espetáculo', sendo as experiências vividas por Truman representações; o cenário e as pessoas com quem convive, ilusões; e as relações sociais que Truman cultivava, com exceção de seu relacionamento com Sylvia, frutos do roteiro idealizado por Christof.

Dessa forma, para McGregor (2003), O Show de Truman trata de outros dois assuntos: sobre como Truman é mais do que um produto e sobre como o público é mais do que espectadores. Para Christof, Truman é apenas uma mercadoria, mas o personagem é um ser vivo que, com o tempo, consegue desenvolver sua capacidade crítica e passa a questionar sua realidade, arriscando sua identidade e se libertando do papel que criaram para ele. Quanto ao público, McGregor (2003) argumenta que o fascínio por acompanhar o espetáculo da vida de outras pessoas não é só pelo entretenimento, mas também é um escapismo. A “espetacularidade” seria responsável pela aceitação da realidade daquilo que nos é mostrado, assim como justifica Christof ao ser questionado sobre o motivo de Truman nunca ter descoberto o programa. A questão que o pesquisador evidencia é que, quando o *reality* acaba, apenas o público da tela é libertado. Nós, público real, continuamos presos ao vício de assistir outras pessoas, mesmo que, ao terminar o filme, acreditemos ter adquirido uma postura mais crítica em relação ao espetáculo. A identificação psicológica do espectador com o herói, tática utilizada em muitos filmes, nos faz crer que somos capazes de nos libertar da mídia, de sermos questionadores igual a Truman. Contudo, essa é uma segurança ilusória: quando o filme acaba, continuamos sendo e agindo como um público.

Bryce Haymond (2005) em *A Modern Worldview from Plato's Cave* (Uma visão moderna da Caverna de Platão), examina vários aspectos da sociedade contemporânea para avaliar em que medida a Alegoria da Caverna de Platão pode ser encontrada na cultura, na ciência e nas filosofias modernas, bem como em algumas doutrinas religiosas. Haymond (2005) inicia seu texto narrando resumidamente o processo de desenvolvimento humano e a busca pelo conhecimento, desde as primeiras civilizações até os dias de hoje. Para ele, a sociedade sempre foi fascinada pela ideia de “deixar a caverna” e, por isso, argumenta que a visão de mundo que temos e a que Platão tinha possuem muitas similaridades. Haymond (2005) discute sobre a vida de Platão, sobre seu livro *A República* e, mais especificamente, sobre o mito da caverna e seu surgimento, destacando os simbolismos presentes na

obra a fim de debater sobre o impacto da alegoria na sociedade. Entre os motivos para essa influência, o pesquisador sugere que as pessoas, ao longo da história, passaram a comparar sua vida com os conceitos ilustrados na alegoria de Platão. Sendo assim, muitos setores culturais incorporaram a perspectiva da caverna e a filosofia da ilusão ou da simulação em suas músicas, programas de TV, livros e cinema. Quanto a este último, Haymond (2005) destaca dois filmes: *Matrix* (1999) e *O Show de Truman*, no qual, diferente de Barberà (2003), ele acredita que Truman é o prisioneiro. O pesquisador também assinala que as tentativas de Christof em manter Truman no *reality* são equivalentes à necessidade dos prisioneiros serem forçados a sair da caverna. Isto porque, em ambos os casos, ao descobrirem a verdade, podem ficar angustiados com a vida que levaram por anos. Logo, a probabilidade de buscarem novamente o conforto da ignorância é maior se não forem obrigados a saírem de suas “prisões”. Sendo assim, a manipulação para manter Truman no programa é o que teria levado o personagem a criar coragem de sair da ilha.

Além da cultura pop moderna, o autor também indica a presença das ideias de Platão em estudos científicos e filosóficos atuais. Com relação ao primeiro, ele cita experimentos que demonstram que a realidade como a conhecemos pode não ser verdadeira – possibilidade que levou, por exemplo, à criação do “paradigma holográfico”, teoria que sugere que o universo é um grande holograma. Para Haymond (2005), isto pode significar que somos prisioneiros em uma “caverna”, a qual poderia ser nossas próprias mentes nos apresentando uma ilusão da realidade. Já com relação as questões filosóficas, o autor cita teorias que afirmam que a humanidade de fato vive em uma espécie de caverna, dentro de uma simulação, em que nunca seria possível ter certeza do que é real ou não. Outro debate que Haymond (2005) inicia é o de que a Alegoria da Caverna também pode estar, de certa maneira, inserida dentro do cristianismo e de outras religiões. Segundo o pesquisador, as pessoas são céticas quanto ao mundo e seus propósitos, por isso acreditam que há algo maior do que elas no universo. Neste sentido, o evangelho seria responsável por libertar a humanidade da caverna,

defendendo que há dois mundos – o físico e o espiritual – e ensinando o que é certo ou errado. Ao concluir, o autor define que não é possível identificar se foi Platão mesmo quem influenciou diretamente esses conceitos, mas ressalta que, de um jeito ou de outro, a humanidade tem tentado se esquivar da caverna para descobrir qual é a verdade.

4. Realidade simulada

Assim como Haymond (2005), Michael Foley (2006) entrou na discussão sobre a relação dos textos de Platão com o cinema e com o cristianismo em *Plato, Christianity, and the Cinematic Craft of Andrew Niccol* (Platão, Cristianismo e a Arte Cinematográfica de Andrew Niccol). Foley (2006) sugere que a imagem das sombras mencionadas por Platão antecipa os mecanismos utilizados em uma sala de cinema. Logo, o objetivo do artigo, como destaca o pesquisador, é demonstrar que os filmes de Andrew Niccol são melhor explicados quando vistos como adaptações cinematográficas da obra *A República* e imbuídos de uma sensibilidade católica. Para isto, Foley (2006) analisa três filmes do diretor: *Gattaca - A Experiência Genética* (1997), *O Show de Truman* (1998) e *Simone* (2002).

Em *Gattaca*, o pesquisador discute algumas citações feitas logo no início do longa, quando personagens discutem sobre a necessidade de a sociedade se esforçar para endireitar o que Deus fez "torto": as deficiências herdadas geneticamente. Outra questão indicada pelo autor é que os nomes dos protagonistas de Niccol normalmente possuem um significado subjacente. Neste, o personagem principal é Vicent Freeman, ou seja, um "homem livre" (*Freeman = Free Man*). Entretanto, ele não é de fato livre, pois o mundo em que vive é controlador e não aceita quem possui algum fator considerado erro genético. Sendo assim, seu primeiro nome também possui um significado, pois Vincent é "conquistador". Ele nasceu "torto", logo terá que conquistar a sua liberdade. Além disso, para Foley (2006), o cenário e os temas abordados em *Gattaca* lembram a segunda onda da "cidade em discurso" proposta na obra de Platão.

Em *O Show de Truman*, o autor defende, assim como outros estudos mencionados, que o filme é uma variação do texto da Alegoria da Caverna. De acordo com Foley (2006), Truman é um personagem análogo ao prisioneiro na caverna no início da trama, bem como argumentou Haymond (2005). Para validar seu ponto de vista, o autor indica que o protagonista possui um “guardião” que o molda, evitando que ele descubra a verdade, e também exhibe o desejo de conhecer o desconhecido, tentando fugir da ilha diversas vezes. Para além do significado do nome de Truman, já discutido anteriormente por outros autores, e relacionando o longa à religiosidade, Foley (2006) destaca que Christof, o diretor do programa, possui este nome porque ele é um anticristo (*Christof = Christ Off*), um falso Deus que tem ilusões sobre sua própria criação ser divina. Para concluir a comparação, Foley (2006) discute o final do filme, em que ocorre uma inversão de papéis: o pesquisador aponta que Truman torna-se a única pessoa livre, enquanto o restante do planeta continua alienado, desta vez concordando com Barberà (2003) sobre os prisioneiros serem o público. No entanto, o autor também evidencia que a obra de Platão e *O Show de Truman* não são completamente iguais: enquanto no texto o lado externo da caverna é superior ao interno, o mundo que Truman irá descobrir não tem essa mesma característica.

Em *Simone*, o autor admite que o filme não funciona perfeitamente como uma parábola platônica. Entretanto, afirma que ele pode ser visto como uma exploração da manipulação das ‘sombras’. Ainda assim, Foley (2006) não se estende muito na comparação entre o longa e a obra de Platão. O autor conclui seu texto discutindo a diminuição de filmes que podem ser considerados versões do mito, sendo as produções de Niccol uma exceção a esta tendência. Foley (2006) termina debatendo os temas cristãos presentes nas obras cinematográficas, como a má ideologia e a prática da fé, por exemplo.

Em discordância com Wise (2002), Dusty Lavoie (2011) argumenta que *O Show de Truman* é uma corporificação do conceito de panóptico definido por Michel Foucault. Em *Escaping the Panopticon: Utopia, Hegemony, and Performance in Peter Weir's The Truman Show* (Fugindo do Panóptico: Utopia,

Hegemonia e Performance em *O Show de Truman* de Peter Weir), o autor defende que estudar o filme pelo olhar do panóptico produz uma compreensão mais completa de Truman como prisioneiro. Lavoie (2011) aponta que não foram feitos muitos trabalhos críticos com o roteiro de Peter Weir, especialmente do ponto de vista utópico. Entretanto, o pesquisador argumenta que o desconhecimento de Truman perante o programa pode ser considerado uma tentativa do diretor em evidenciar um ideal utópico, no qual a ignorância seria sinônimo de felicidade. No decorrer do filme, no entanto, percebemos que a vida do personagem não é mais tão desejável e, por isso, o longa resulta em uma crítica pós-moderna da hegemonia modernista e da mercantilização. É neste momento que Lavoie (2011) acredita poder identificar a vida de Truman e o próprio Truman como um panóptico: ele era inconsciente, seu mundo parecia real para ele e, de repente, o personagem percebe que algo não está certo, mas tentam convencê-lo de que está paranoico. Dessa forma, o autor argumenta que a hegemonia na cúpula em que o programa é filmado começa a entrar em colapso, primeiro metaforicamente, com relação à opressão de Truman, e depois literalmente, com relação aos interesses econômicos dos produtores e anunciantes do programa.

Durante o texto, Lavoie (2011) cita vários momentos em que objetos panópticos surgem no mundo de Truman, como quando uma lâmpada cai na cidade e tentam convencê-lo de que era uma aeronave com problemas. Para além de objetos físicos, o pesquisador também destaca situações em que o objeto panóptico era a pressão psicológica que colocavam em Truman na tentativa de evitar que ele fugisse da cidade, como fazê-lo ter medo de água, por exemplo. Cada ângulo de câmera e todos os cenários que se formam durante o dia do personagem são manipulados. Embora o protagonista não seja um prisioneiro no sentido literal da palavra, ele é visto como um produto. Além dele, nós, público real, e os espectadores do programa no filme também somos prisioneiros. Segundo Lavoie (2011), tanto o personagem como os dois públicos podem ser lidos como “encarnações metafóricas e paradigmáticas” do tédio pós-moderno, no qual as atividades

humanas se tornam rotineiras e mercantilizadas. Neste sentido, o pesquisador traz o mesmo pensamento de Wise (2002): o de que o público é cúmplice deste estado vigilante, pois incentiva o monitoramento em nome do entretenimento.

Entretanto, Lavoie (2011) destaca que existe uma distinção entre o panóptico de Foucault e o que aparece em *O Show de Truman*. O panóptico de Foucault, como aparelho de poder, tem uma dualidade, em que existe a consciência de que os prisioneiros estão sendo observados e a inconsciência de quando ou como estão sendo observados. Dessa forma, o prisioneiro se comporta voluntariamente ao se tornar disciplinado. No entanto, na história de Truman, o panóptico sofre de uma dupla inconsciência, pois o personagem não sabe que, como ou quando está sendo observado no início do filme. Para o autor, apesar da ignorância, Truman corporifica o objeto panóptico, porém de maneira performática. O fato de o personagem aceitar sua “realidade”, pois não a questiona no começo, indica a hegemonia sobre sua vida. A única forma de derrotar a hegemonia é ele se libertar do programa. Ainda assim, o pesquisador não acha que o personagem estará completamente livre do monitoramento no mundo externo. Para concluir, também traz a perspectiva da branquidade. Embora não tenha sido questionada no filme, há poucos personagens não brancos na história de Truman. Com exceção da família afro-americana que aparece como vizinha do protagonista, o autor argumenta que o longa apresenta um bairro suburbano estereotipadamente branco com a intenção de passar a imagem de um lugar “amigável” para um homem branco americano de classe média morar. Segundo Lavoie (2011), esta escolha deve ser investigada para refletirmos nossas concepções de “normalidade”, “subúrbio” e, principalmente, da “América”.

Michael Brearley e Andrea Sabbadini (2017), por outro lado, debatem um tema ainda mais complexo com relação ao *O Show de Truman*: as consequências do programa no desenvolvimento pessoal do personagem. No artigo *The Truman Show: How's it going to end?* (*O Show de Truman: Como isso vai acabar?*), é feita uma análise comportamental de Truman para

identificar no protagonista os efeitos de ser, inconscientemente, um astro de *reality show*. Os autores discutem a forma como o diretor do longa explora em seus filmes personagens que, normalmente, se encontram em condições de isolamento ou alienação. Para Brearley e Sabbadine (2017), os programas de televisão como o que aparece na obra cinematográfica, que se tornam fenômenos mundiais, possuem uma função psicológica. O poder dado à mídia garante que ela se torne capaz de manipular o público através de mecanismos psicóticos que misturam realidade e ficção. Dessa forma, para os pesquisadores, a obra trata-se de uma história sobre limitações impostas as pessoas e como isso as afeta.

Sendo assim, o tema abordado é sobre o fato de Truman, embora seja um adulto, estar em condição de adolescente no início da história e desenvolver seu eu mais maduro apenas quando começa a desconfiar de sua realidade. De acordo com Brearley e Sabbadini (2017), o ambiente artificial no qual Truman se encontra é semelhante ao que muitas crianças vivenciam em famílias abusivas. O processo de desenvolvimento do personagem como ser humano sofre limitações – isto é, ele é impedido de descobrir sua verdadeira identidade e de criar noções corretas de externalidade e do mundo. O protagonista se liberta desta condição quando passa a entender que nada do que vive é real. Dessa forma, os autores também comparam o momento em que Christof tenta evitar que Truman saia da ilha com experimentos psicológicos sociais criados para demonstrar o potencial do homem perante a submissão à autoridade e à violência. Brearley e Sabbadini (2017) concluem o texto com a dúvida destacada no título do artigo (“Como isso vai acabar?”), a qual refere-se ao final do filme, em que Truman se liberta do programa e sai pela porta de saída. Os autores afirmam que não é possível saber como o personagem irá lidar com o mundo externo, mas identificam alguns simbolismos no ato, como, por exemplo, a porta poder ser considerada a morte.

Para finalizar, Susee Bharathi T e Ajit I (2018) analisam o longa em *Hyperreality as a Theme and Technique in the Film Truman Show* (Hiperrealidade como Tema e Técnica no Filme O Show de Truman), por meio do conceito de hiper-realidade, proposto por Jean Baudrillard, em 1981. De acordo com os autores, em um filme é apresentado um cenário hiper-real por meio de imagens. Sendo assim, o artigo discute sobre as técnicas utilizadas para trazer esta experiência ao público e questiona se o mundo mostrado pela mídia é real, utilizando como base a história de Truman. Bharathi T e Ajit I (2018) alegam que as pessoas estão perdendo a capacidade de distinguir o real do ficcional, condição conhecida como hiper-realidade. Segundo explicam os pesquisadores, a hiper-realidade depende de uma forma de conteúdo e funciona melhor com imagens por proporcionar uma resposta imediata, podendo motivar nossos desejos e necessidades, bem como ocorre ao assistirmos um filme. No texto, é explicado que a hiper-realidade é uma característica do pós-modernismo, pois este consiste em mostrar várias perspectivas e mistura gêneros para criar realidades múltiplas. Dessa forma, é argumentado que o cinema é um dos meios que mais tem poder de influência na sociedade e, portanto, pode ser considerado a mídia mais importante no mundo pós-moderno.

Para Bharathi T e Ajit I (2018), O Show de Truman é um exemplo excelente desta condição. No longa, assim como na sociedade contemporânea, a mídia manipula o público porque os espectadores acreditam que o que é mostrado a eles é real, sendo tal “realidade” uma simulação da verdade. A obra cinematográfica possui três pontos de vista: o mundo falso e hiper-real de Truman, o mundo externo ao programa e o mundo real, no qual se encontram as pessoas que assistem ao filme. Pensando nisso, Bharathi T e Ajit I (2018) analisaram alguns dos símbolos presentes no longa, interpretando possíveis mensagens ocultas. Os autores destacam que uma das técnicas utilizadas para criar essa hiper-realidade são as filmagens da câmera. Em formato de lente olho de peixe, a ideia é representar Truman como um personagem na tela de televisão. Filmando o protagonista de cima, simboliza que ele é constantemente vigiado por uma identidade divina. Além disto, há

outros momentos na história que podem ser indicados como responsáveis por proporcionar a hiper-realidade, como quando uma chuva cai exclusivamente sobre Truman, sugerindo que ele vive em um mundo diferente. Para concluir, Bharathi T e Ajit I (2018) argumentam que a única maneira de escapar do mundo hiper-real é refletir sobre a verdade com base em nossos próprios pensamentos. Os autores sugerem que, quanto o tema da hiper-realidade é retratado em um filme, o objetivo é fazer com que os espectadores percebam o conceito de vida e tenham esse momento de reflexão.

5. Considerações finais

Com a ascensão dos *reality shows* e o aumento do encantamento pela exposição da vida privada, O Show de Truman passou a ser visto como mais do que uma simples ficção. Atualmente, o filme continua oferecendo um retrato do mundo contemporâneo, marcado pela influência da mídia.

Nota-se que interpretações distintas surgiram para analisar os mesmos aspectos: a manipulação dos meios de comunicação, o despertar de Truman como homem racional e o papel do público diante da exibição forçada do personagem. Partindo destes tópicos, alguns pesquisadores verificam a existência de paralelos entre o filme e o mito da caverna, ainda que os realizadores neguem terem se inspirado em Platão para escrever o roteiro do longa. Nos três artigos apresentados que trabalham diretamente com o tema, foi constatado que existe uma personagem que pode ser comparada aos prisioneiros e existe uma personagem que pode ser comparada a um tipo de guardião da caverna, que impede a outra de descobrir sua real condição no mundo. Entretanto, eles concordam apenas quanto à segunda.

Para Barberà (2003), os prisioneiros são os espectadores. O autor argumenta que o público foi levado a acreditar que o programa era real da mesma forma que os prisioneiros confiavam na veracidade das sombras nas paredes, ambos instigados por um terceiro elemento – Christof, no caso do filme, e as pessoas livres, no caso do mito. Em meio a isso, Truman seria apenas mais uma simulação, um personagem irreal e irracional. Em contrapartida, Haymond (2005) considera o protagonista como a personificação dos

prisioneiros, escapando da manipulação do *reality* e descobrindo um novo mundo da mesma maneira que o prisioneiro escapou da caverna e percebeu que nada do que conhecia era verdadeiro. Haymond (2005) também observa que se Christof não tivesse se empenhado tanto em prender Truman não teria fortalecido a vontade que o personagem tinha em sair da ilha. Foley (2006), por outro lado, acredita que tanto Truman quanto o público são análogos aos prisioneiros, porém em momentos diferentes do filme. No início da trama, o protagonista é quem ocupa essa posição. Ao final da história, o público é que se mostra preso na caverna, substituindo as "sombras", isto é, trocando de canal para assistir outro programa. O autor também menciona a relevância de Christof para o enredo, sugerindo que o diretor é um anticristo e, por isso, acredita que possa criar todo um mundo novo, manipulando as pessoas para que seu desejo se concretize. Contudo, Foley (2006) foi o único que indicou uma diferença significativa entre a obra de Platão e O Show de Truman: no mito, a caverna é inferior ao lado externo, porém, no filme, o mundo real é que é inferior à ilha em que Truman vive.

Percebe-se que, embora discordem quanto a quem ocupa o lugar de prisioneiro, para os três pesquisadores Christof age como um "guardião", evitando que Truman descubra a verdade sobre o programa. Mesmo optando por investigar o filme de outras perspectivas, os demais pesquisadores citados neste trabalho fizeram análises sobre o longa que levantaram questionamentos semelhantes sobre a manipulação, a vigilância e a racionalidade dos personagens. É possível, inclusive, trazer as suas interpretações para o contexto do mito.

Relacionando com a questão da influência dos meios de comunicação na sociedade, debatida por todos os artigos, podemos dizer que a mídia atua como as sombras, embaçando nossa visão sobre o que é real ou não. O poder midiático, de acordo com os pesquisadores, é perceptível principalmente em publicidades, na idolatria por famosos e na autorreflexão em produções, como filmes e programas de TV. Quanto ao excesso de monitoramento na vida de Truman, Wise (2002) e Lavoie (2011) apontam um regime que comanda tudo, ainda que discordem sobre a vigilância ser

marcada por controle ou disciplina. Esse regime seria, claramente, representado por Christof, bem como indicam outros autores ao discutirem sobre os métodos de manipulação do diretor. Dessa forma, podemos colocar de novo o personagem como sendo equivalente a um guardião da caverna de Platão. Sobre a racionalidade, novamente há uma unanimidade entre os pesquisadores: Truman é um homem racional, mas sempre que chega perto de descobrir a verdade é enganado, o que contraria a opinião de Barberà (2003) sobre o protagonista não poder assumir o papel de prisioneiro no mito. Além disso, sugerem que o público, assim como Truman, também é manipulado e que o mundo real não é melhor do que aquele que o personagem conhece, concordando principalmente com o ponto de vista de Foley (2006).

Como apresentado, pode-se dizer que as interpretações em torno do contexto do mito da caverna e sua relação com o filme estão direta ou indiretamente presentes nos textos discutidos por esta pesquisa. Embora O Show de Truman possa ser investigado de diferentes maneiras, como foi verificado no decorrer do trabalho, todos os pesquisadores levantaram observações que também podem ser combinadas ao texto de Platão. Fazendo uma síntese destes artigos, foi possível chegar a uma conclusão sobre qual seria a melhor comparação:

Truman representa o prisioneiro que consegue fugir. Ele é ignorante sobre sua condição no começo e enganado pelas sombras – situações criadas para confundi-lo - provocadas por pessoas a sua volta, que insistem em mantê-lo no programa. Contudo, ao final da história, o personagem consegue se tornar um homem racional, escapando assim de sua caverna - o *reality show*. Com o público fictício, ocorre o inverso. No início os espectadores estão livres, porém se tornam prisioneiros ao transparecerem que não conseguem se livrar das sombras, ou seja, da alienação proporcionada pelos programas de TV. No caso deles, as sombras são as propagandas e a influência da mídia. Christof, por sua vez, é como as pessoas livres, mais especificamente como uma espécie de guardião da caverna. Ele

sabe qual é a verdade, mas manipula situações para impedir Truman de descobrir as mentiras que o rodeiam.

Sendo assim, foi entendido que, entre as análises, Foley (2006) é o que mais se dedica a relacionar O Show de Truman com a Alegoria da Caverna e expor de forma convincente uma atualização do mito no filme. Isto se deve, talvez, pelo período em que publicou sua pesquisa. Antes dele, já havia artigos sobre o assunto e, por isso, pôde fazer um estudo mais completo da analogia.

Referência

BISHOP, Ronald. Good Afternoon, Good Evening, and Good Night: The Truman Show as Media Criticism. **Journal of Communication Inquiry**, v. 24, n. 1, p. 6-18, jan, 2000. Disponível em: <https://doi.org/10.1177%2F0196859900024001002>. Acesso em: 28 nov. 2020.

WISE, J. Macgregor. Mapping the Culture of Control: Seeing through The Truman Show. **Arizona State University West**, v. 3, n. 1, p. 29-47, jan. 2002. Disponível em: <https://doi.org/10.1177%2F152747640200300103>. Acesso em: 27 nov. 2020.

BARBERÀ, Gilabert. Cinema Roads to the Platonic Image of the Cave. **Ithaca: Notebooks v Catalan culture classic**, v. 19, n. 1, p. 189-216, jan. 2003. Disponível em: <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/12084/9/Rutes%20eng%2012084.pdf>. Acesso em: 29 nov. 2020.

MCGREGOR, Peter. The Truman Show as a study of 'the Society of the Spectacle'. **Australian Screen Education**, v. 20, n. 32, p. 112-115, mar. 2003. Disponível em: <https://search.informit.com.au/documentSummary;dn=820601147148766;res=IELAPA>. Acesso em: 26 nov. 2020.

HAYMOND, Bryce. A Modern Worldview from Plato's Cave. **Temple Study**, 2005. Disponível em: <http://www.templestudy.com/wp-content/uploads/2009/09/A-Modern-Worldview-from-Platos-Cave-by-Bryce-Haymond.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2020.

FOLEY, Michael. Plato, Christianity, and the Cinematic Craft of Andrew Niccol. **A Journal of Catholic Thought and Culture**, v. 9, n. 2, p. 43-67, mar. 2006. Disponível em: <https://doi.org/10.1353/log.2006.0014>. Acesso em: 29 nov. 2020.

LAVOIE, Dusty. Escaping the Panopticon: Utopia, Hegemony, and Performance in Peter Weir's *The Truman Show*. **Utopian Studies**, v. 22, n. 1, p. 52-73, jan. 2011. Disponível em: www.jstor.org/stable/10.5325/utopianstudies.22.1.0052. Acesso em: 26 nov. 2020.

BREARLEY, Michael; SABBADINI, Andrea. The Truman Show: How's it going to end?. **The International Journal of Psychoanalysis**, v. 89, n. 2, p. 433-440, dec. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1111/j.1745-8315.2008.00030.x>. Acesso em: 28 nov. 2020.

T BHARATHI, Susee; I, Ajit. Hyperreality as a Theme and Technique in the Film Truman Show. **Global Media Journal**, v. 16, n. 30, p. 1-5, fev. 2018. Disponível em: <https://www.globalmediajournal.com/open-access/hyperreality-as-a-theme-and-technique-in-the-film-truman-show.php?aid=86821&view=mobile>. Acesso em: 25 nov. 2020.

PLATÃO. A Alegoria da caverna: A República, 514a-517c. Trad. Lucy Magalhães. In: MARCONDES, Danilo. **Textos Básicos de Filosofia: dos Présocráticos a Wittgenstein**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

O Show de Truman – O Show da Vida. Direção: Peter Weir. Produção: Andrew Niccol. Estados Unidos: Paramount Pictures, 1998.

UM DEMÔNIO PARA AMAR: A IMAGEM DE MAZIKEEN COMO NINFA NA SÉRIE LUCIFER

Patrícia Bedin Alves Pereira

1. Introdução

A série televisiva *Lucifer*, que estreou em 2016 pelo canal Fox e que posteriormente teve seus direitos adquiridos pela Netflix, foi baseada em personagens criados por Neil Gaiman, Sam Kierth e Mike Dringenberg para a DC Comics. Entre eles se destaca a demônio Mazikeen - ou Maze - interpretada pela atriz Lesley-Ann Brandt, que na série é protetora e amiga de Lúcifer (Tom Ellis). Diferentemente dos quadrinhos em que Maze é o principal interesse amoroso do anjo caído, na série ela tem seu próprio arco narrativo repleto de experiências humanas, enquanto Lúcifer se interessa pela detetive Chloe Decker, interpretada por Lauren German, com quem divide o protagonismo da produção.

Entretanto Maze é uma personagem coadjuvante que rouba a cena por sua imagem bela, sensual, agressiva e cômica utilizando de elementos que a aproximam de uma *Femme Fatale*¹: salto alto, roupas justas e decotadas, cores escuras e fortes, couro e materiais vinílicos, maquiagem e acessórios pesados. Ao mesmo tempo, seus movimentos rápidos e preciso de lutadora, sua habilidade com facas e outras armas contrapõem esse modelo pouco complexo.

Assim, a imagem de Mazikeen encarna na série de ter uma figura identificada pelo historiador da arte Aby Warburg como *Ninfa*: um ser feminino que rouba a atenção do espectador se destacando em relação aos demais elementos de uma obra artística por conta de sua aparência e movimento. Para ele tal captação do olhar exercida pela imagem acontece por haver uma essência imagética que transpassa a questão cronológica e que quando ressurgir se atualiza de acordo com o meio em que está, se adaptando com pequenas modificações.

¹ De acordo com Machado (2009) A *Femme Fatale* é um tipo de personagem feminino estereotipado trata a mulher como um recurso imagético a ser admirado e que costuma ser tratada como a causa da queda do personagem masculino ao qual ela está relacionada.

A partir deste conceito é possível demonstrar essas características nas imagens de Maze e também como esta essência da Ninfa atualizada sofreu mudanças para se adaptar ao presente contexto sociocultural. Para atingir esse objetivo será aplicado o método similar ao que Warburg desenvolveu em seu último grande projeto, o Atlas Mnemosyne, com a montagem de pranchas com as imagens de Maze e outras ninfas correlatas. Postas lado a lado as imagens podem se conectar e demonstrar suas semelhanças emanando o que Warburg chamava de um saber visual (SAMAIN, 2011). Ao mesmo tempo, o texto complementa a prancha, elucidando sobre os enredos em que cada imagem (ou um grupo de imagens) surge e as diferenças mais relevantes que a tornam uma atualização da *pathosformel* para o presente.

2. A imagem sobrevivente da Ninfa

A investigação de uma *nachleben* ou imagem sobrevivente surgiu do interesse de Warburg em olhar para as imagens de forma menos cronológica e mais dinâmica e romper com análises excessivamente classificatórias dos outros historiadores da arte permitindo novos recortes e compreensões e incluindo imagens não-artísticas como cartazes, fotografias, anúncios entre outros. O pesquisador se interessava pela semelhança que poderia haver entre as imagens que estivesse mais ligada ao *pathos* (DIDI-HUBERMAN, 2013).

Desse modo passou a identificar modelos que utilizavam de uma mesma fórmula emotiva que denominou *pathosformel*. Como explica Didi-Huberman (2013) a Ninfa na visão de Warburg é, portanto, uma *pathosformel* específica que, inspirada nas imagens gregas das ninfas entorpecidas de Dionísio, as mênades, manifestam sentimentos impulsivos, desregrados e instintivos. Para isso se utilizam de posições em movimento, vestes e cabelos esvoaçantes, beleza e sensualidade entre outros possíveis elementos que representam o corpo tomado de emoções e que auxiliam no processo de atualização da imagem sobrevivente.

Isto porque o historiador da arte acredita que a sobrevivência imagética que a *pathosformel* permite acontecer é um modelo capaz de se transformar e se atualizar de acordo com o lugar onde ressurgir. Wind e Antal (2016) apontam relevos, pinturas cerâmicas e esculturas gregas antigas² como as obras que inspiraram artistas a produzirem outras Ninfas. Assim, as imagens que aparecem em outras situações posteriores a esse período são sobrevivências dessas: surgem como como figuras deslocadas, em contextos improváveis, como manifestação da força da essência de maneira resignificada.

Figura 1 -Nascimento de São João Batista



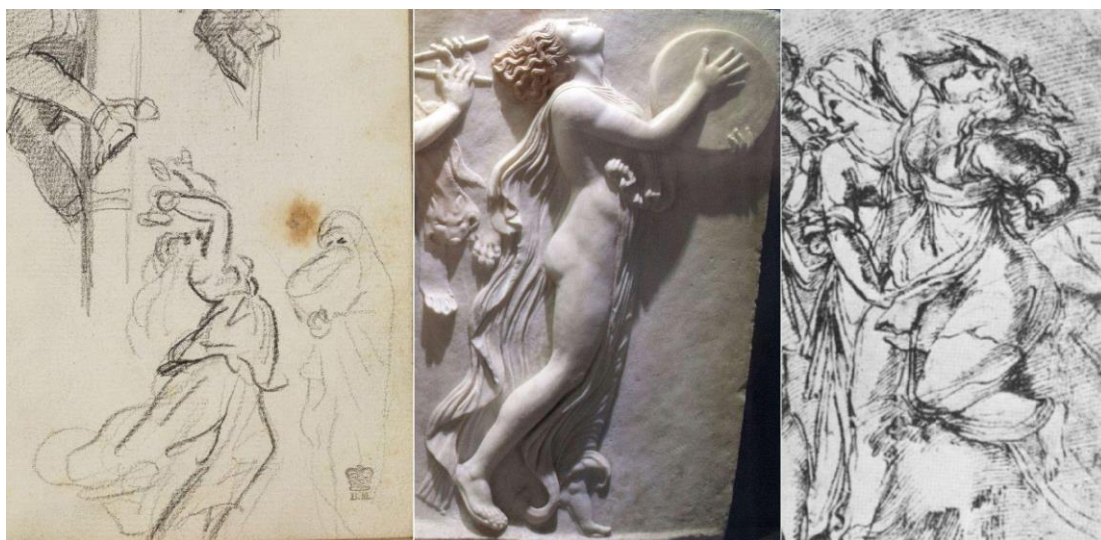
Fonte: Warburg CHAA-Unicamp, 2020.

Warburg defende que essa contradição entre imagem e contexto é um dos principais fatores que causam maior atração visual nessas imagens e que as torna ainda mais potentes. Essa manifestação é apontada por ele e Jolles (2018) em Nascimento de João Batista (figura 1): no afresco que retrata evento tão sóbrio, a imagem da serva que adentra o ambiente com seu caminhar leve e vivaz rouba a atenção do espectador para uma personagem coadjuvante.

² Mais especificamente do período Ático entre o século I a.C e I d.C.

Outro exemplo recorrente de deslocamento e atualização da imagem no qual Wind e Antal (2016) se aprofundaram é a Ninfa nas imagens de Maria Madalena. Os autores demonstram a forte semelhanças entre as imagens das mênades (imagem central) e de Madalena durante a via crucis e a crucificação de Jesus (figura 2), porém tal imagem é ressignificada no contexto cristão, o qual não valida o comportamento das ninfas mas aceita o acometimento de Madalena em sofrimento.

Figura 2 - Madalena sob a cruz e mênade no cortejo de Dionísio



Fonte: Engramma, 2016.

Pereira (2020) acredita que devido à intensidade emocional ligada a maioria das narrativas míticas em torno da mulher pecadora desde o cristianismo primitivo, a pathosformel encontrou nela um lugar propício na iconografia cristã, e que a mesma influência levou a imagem da Ninfa a se metamorfosear em um pathos do êxtase religioso que acomete também a imagem de outras santas e místicas.

A autora sustenta que o mesmo ainda se aplica às imagens mítico-religiosas presentes nos meios audiovisuais contemporâneos: as imagens de Madalena no cinema e televisão a atualizam para o presente em que a sociedade se preocupa com a questão da valorização das mulheres e com a humanização das personagens. Este mesmo pensamento pode ser estendido a outras personagens inspiradas em mitos religiosos como os seres da série Lucifer.

3. Método proposto por Warburg no Atlas Mnemosyne

Em seu trabalho mais complexo Atlas Mnemosyne, Aby Warburg organizou 900 imagens em 79 painéis no intuito de demonstrar a capacidade das imagens de se conectarem e manifestarem sua essência emocional que sobrevive através dos tempos. Ele desejava que:

que as imagens pudessem entrar em diálogo, se pensar entre si, no tempo e no espaço de uma longa história cultural ocidental, para que pudessem também ser observadas, relacionadas, confrontadas na grande arquitetura dos tempos e das memórias humanas. A história da arte tradicional transfigurava-se em uma antropologia do visual.

(SAMAIN, 2011, p. 36)

A partir do estudos warburguanos, da análise de Samain (2011) sobre o método utilizado no Atlas e das adaptações propostas por Pereira (2020), para demonstrar a sobrevivência da Ninfa em Mazikeen foi elaborada uma prancha com imagens da personagem semelhante ao exemplo da prancha 79 (figura 3), salvo algumas adaptações.

Figura 3 - Prancha 79 do Atlas Mnemosyne

Fonte: ENGRAMMA (2012).

Sendo assim o método aplicado foi agrupar as imagens em um mosaico por temáticas, de forma não linear para que pudessem entrar em contato umas com as outras e deixar a interpretação por conta do espectador; as imagens passam preservar as cores como elemento relevante da composição; o fundo preto é mantido como forma de destacar as imagens sobre o fundo neutro; as imagens estão fixadas em uma posição contudo estas não deve ser entendidas como imutáveis, mas possível de serem reconfiguradas gerando novos olhares e novas possíveis conexões, como um painel vivo e capaz de ser reinterpretado, aumentado, modificado, estando vivo como as imagens.

Para a melhor análise a prancha foi dividida em quadrantes que focam em alguns aspectos de destaque de Maze, mas que não se desconectam entre si.

4. A Ninfá presente nas imagens de Mazikeen

Na série de tevê *Lucifer*, Mazikeen é um demônio que deixa o inferno para acompanhar o anjo caído que decide viver em Los Angeles. Diferente do enredo dos quadrinhos, ela não é par romântico de Lúcifer, mas uma amiga e protetora que possui seu próprio desenvolvimento.

Sua imagem sensual e agressiva reproduz o padrão da Mulher fatal apontado por Machado (2009): a personagem feminina explorada pela indústria do audiovisual como uma mulher-imagem por ser fácil de agradar o olhar masculino ao mesmo tempo que seu lugar no enredo é de alguém inescrupuloso que corrompe o homem e reforça a ideia patriarcal de que uma mulher fora do padrão de boa mãe ou esposa é uma agente do mal. De acordo com a autora, as mulheres fatais costumam ser uma vilãs, prostitutas, representarem ameaça às famílias, estarem ligadas aos prazeres sexuais, à bruxaria ou à heresia.

Palomares (2016) complementa que este e outros estereótipos de mulheres reproduzidos nas novelas e no cinema nas últimas décadas são fruto do pensamento maniqueísta da cultura judaico-cristã que permeia a sociedade: as mulheres têm sua aparência associada aos valores morais que só podem estar polarizados como bons ou maus, por isso não se costumava encontrar personagens mais complexas nessas produções. Por outro lado, uma nova pesquisa realizada por Machado (2019) demonstra mudanças nesse mercado nos últimos anos, que apesar de ainda haver poucas mulheres envolvidas nas no alto escalão da televisão e do cinema já reflete melhor questões de inclusão com um maior número de mulheres trabalhando em diferentes funções como produção, roteiro e casting.

Pela capacidade de acomodar grande variedade de programas para diferentes públicos e livre das grades de horários, os serviços de *streaming* têm sido responsáveis em grande parte por essas mudanças pois abriram espaço para produções as quais teriam sido barradas pelas análises mais conservadoras dos canais de TV e produtoras de cinema, gerando uma tendência de mercado que reflete melhor as questões socioculturais. Com todas essas possibilidades em aberto, histórias com personagens mais ricas, que discutem questões de gênero, raça, religião, orientação sexual, idadeismo, etc, passaram a encontrar seus públicos que vivenciam e valorizam as mesmas questões em seu meio social (PEREIRA, 2020).

Neste cenário se compreende uma personagem como Mazikeen, que visualmente reproduz o estereótipo da mulher fatal mas que em essência subverte a lógica binária: em vez de uma vilã endemoniada e destruidora ela é carismática, por vezes ingênua e emotiva. Seu arco narrativo está mais ligado ao seu processo de aprendizagem de viver como humana do que ao fato de ser um demônio.

O que se observa então é uma mudança de significado atribuído à imagem enquanto esta é preservada, ou seja, a imagem que corresponde ao estereótipo de mulher fatal é mantida mas não é determinante para encaixá-la como vilã, o visual se torna menos importante em relação aos demais aspectos abordados em *Maze* conseguindo desta maneira, ressignificar sua imagem.

A *femme fatale* como estereótipo utilizado no audiovisual dialoga diretamente com a Ninfa observada por Warburg: ambas compartilham as características de um corpo belo, acometido de forte emoção, podendo se afirmar que a mulher fatal é uma das possíveis atualizações da Ninfa para TV e cinema.

Porém esse conceito vai muito além da imagem por si só: ela representa uma intrincação de coisas divergentes que estão intimamente ligadas e que são inseparáveis. Para Didi-Huberman (2013) a imagem sobrevivente ressurgue de uma fórmula emotiva que está presente nela mas que constantemente é atualizada e que por atravessar os tempos é composta

de uma série de camadas de outras sobrevivências se mineralizando como sobreposições de muitas camadas. Por isso a *nachleben* se manifesta com muita força emotiva, pois acaba por fossilizar coisas divergentes, e a disputa de forças que compõem esse fóssil é o que o torna intrigante e instigante. Nas palavras do autor:

As intrincações mais inquietantes, porém, concernem à história e à temporalidade, elas mesmas: *pilhas de trapos do tempo*, se me atrevo a dizê-lo. Amontoados de tempos heterogêneos [...]. Aqui se entrelaçam Eros e Tânatos, a luta de morte e o desejo, a montagem simbólica e a desmontagem pulsional, o fóssil mineralizado e a energia vital do movimento, a cristalização duradoura dos grafos e a expressão passageira das emoções. Aqui se juntam etimologicamente o *momentum* do tempo impessoal e o *movimentum* do corpo afetado pelas paixões.
(DIDI-HUBERMAN, 2013, p. 175)

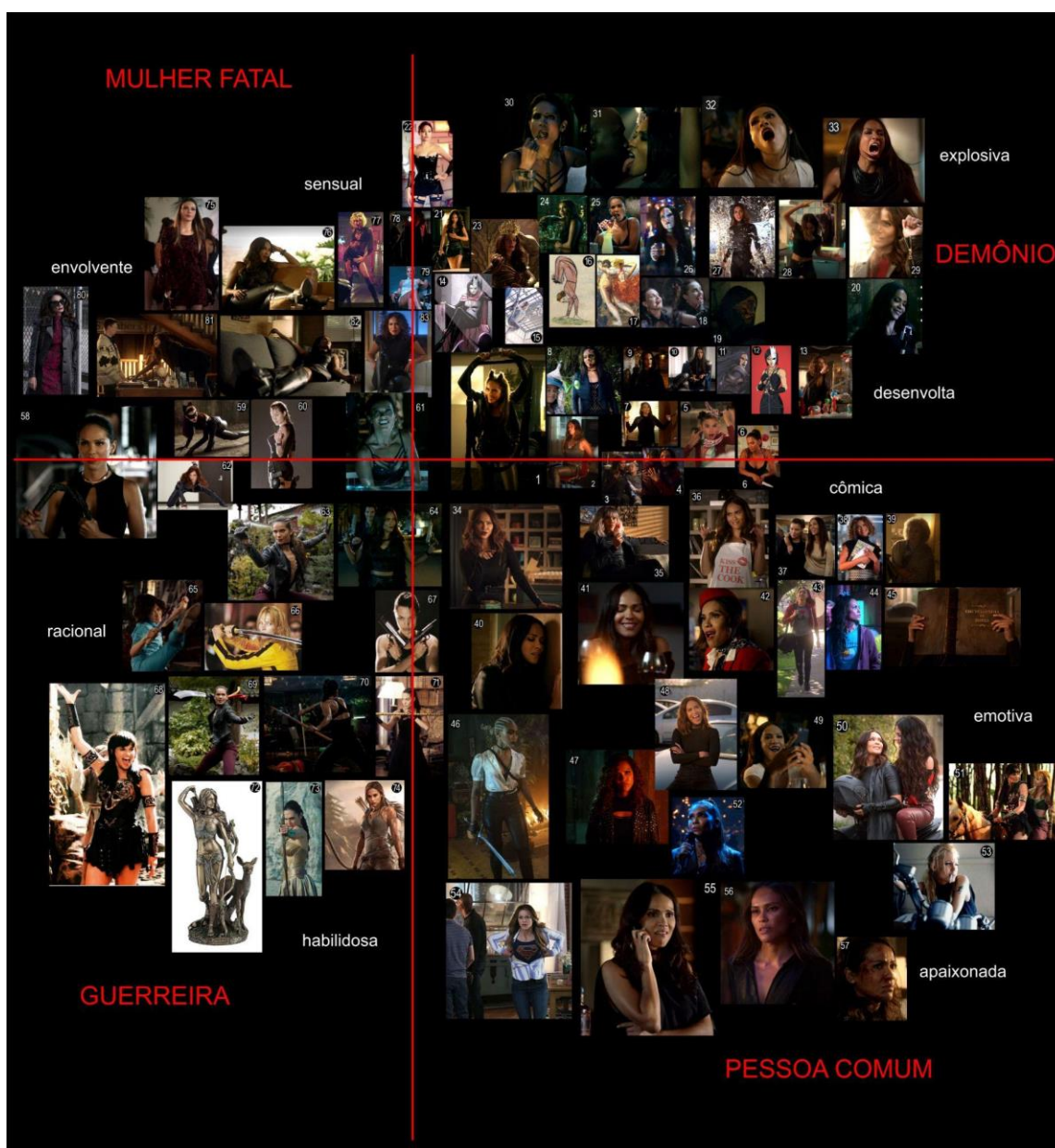
Desse modo se observa que a *femme fatale* é um aspecto visual de Mazikeen na série mas que sua complexidade de imagem e sentido se expressa melhor por meio da Ninfa. Ao mesmo tempo que sua imagem é fatal, sexualizada, agressiva e tempestuosa se mostra doce, sensível e até comum. Essa disputa de forças presentes na mesma imagem a torna mais atraente ao olhar e assim como a serva da obra O Nascimento de João Batista (figura 1) permite que Maze roube o protagonismo das cenas em que aparece.

Por toda essa complexidade, o método experimentado por Warburg de justapor imagens expressa melhor essa força visual da Ninfa uma vez que ao colocar as imagens para dialogar entre si se permite observar suas semelhanças, diferenças, influências que umas exercem nas outras e as diferentes formas pelas quais as imagens emanam o mesmo *pathos*.

Na Prancha Mazikeen (figura 4) quatro aspectos foram destacados: demônio, pessoa comum, guerreira e mulher fatal. Apesar de fragmentada por quadrantes, na imagem geral já se observa a intrincação de imagem e significado: na maior parte das imagens os significados fogem da previsibilidade ou se confundem com mais aspectos. Imagens de outras produções também foram aplicadas na prancha e auxiliam no processo de

comparar imagens semelhantes, suas variedades de sentido, bem como elucidam sobre o cenário cultural atual e como essas imagens expressam essas atualizações.

Figura 4 - Prancha Mazikeen

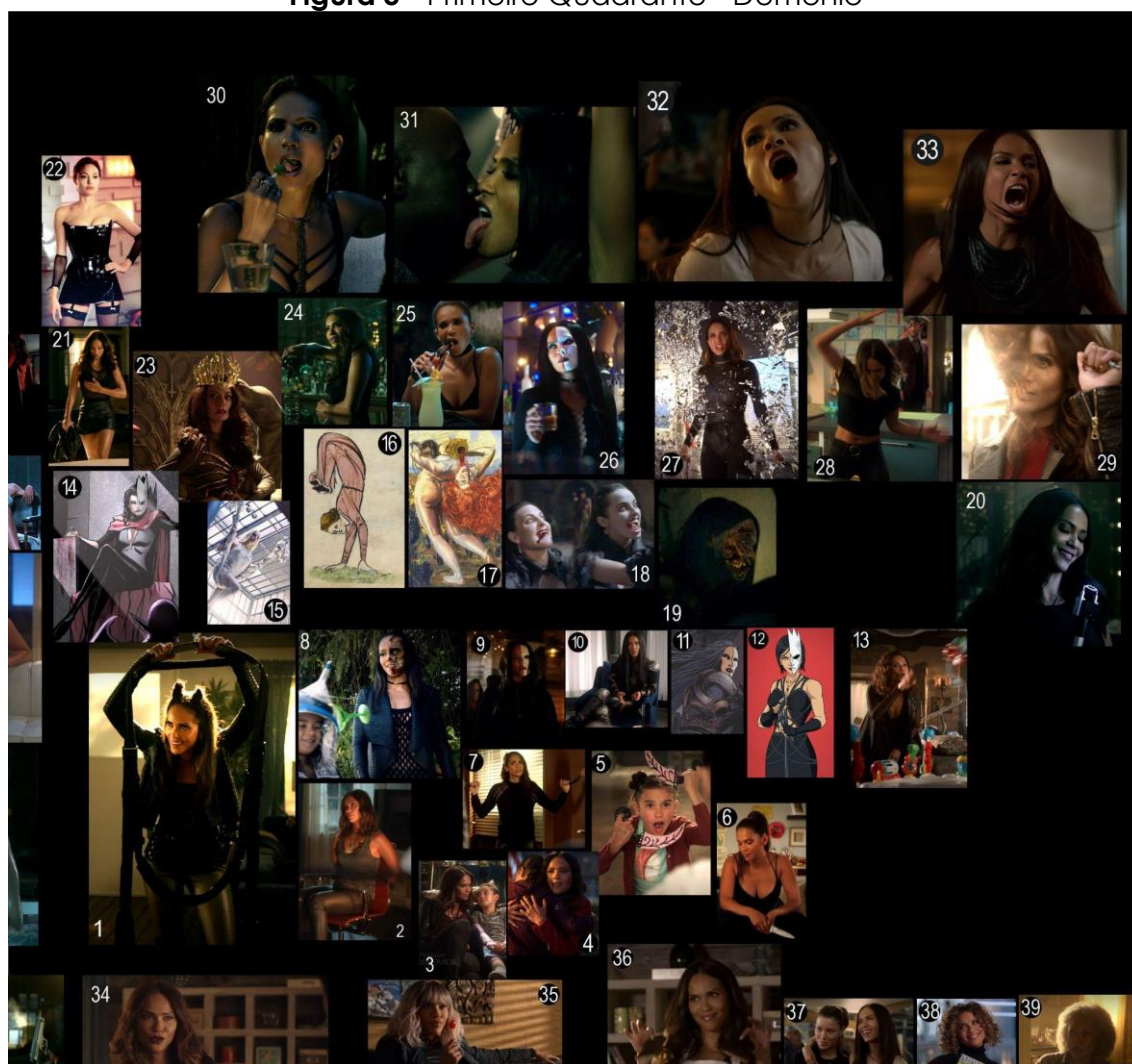


Fonte: Elaborado pela autora.

No primeiro quadrante (figura 5) se destaca figura demoníaca de Maze: mais agressiva, explosiva e intensa que recorre a um padrão cristalizado na cultura ocidental de que esse tipo de atitude retrata mulheres fora de si, possuídas, histéricas, bruxas e outras (PEREIRA, 2020). Essa ideia é evidente nas

imagens 17: a alma do vinho em forma de mulher, algo bem próximo das próprias mênades - 18: das bacantes (mênades romanas) como seres vampíricos - e 15: da personagem Arlequina se contorcendo em sua prisão manicomial. no entanto, o corpo em contorção, os rompantes de raiva, as acrobacias e as ameaças com facas de Maze surgem em momentos inusitados em que nada estão relacionados aos seus poderes infernais ou a ataques de loucura, mas à falta habilidade em administrar suas emoções.

Figura 5 - Primeiro Quadrante - Demônio



Fonte: Elaborado pela autora. Descrição e fonte das imagens ver rodapé³.

³ 01 a 10; 13; 19 a 21; 24 a 33: Maze em diferentes momentos. Fonte: LUCIFER, 2021.

11 - Mazikeen como nas HQ The Sandman. Fonte: WIKIPEDIA, 2021.

12 - Mazikeen by phil-cho on DeviantArt. Fonte: DEVIANTART, 2018.

14 - Mazikeen como Rainha do Inferno na HQ Lucifer. Fonte: DC Fandom, 2021.

15 - Arlequina no filme Esquadrão Suicida. Fonte: PINTEREST, 2021.

16 - Detalhe de The Rutland Psalter, 1260. Fonte: COLLECTION ITEMS, 2020.

17 - A alma do vinho, Carlos Schwabe, 1990. Fonte: Como um clarim do céu, 2020.

Nas imagens em que ela faz referência a si própria nos quadrinhos (imagens 11, 12, 14) ou ao próprio passado (imagens 9, 10 e 26) se explora traços caricatos que tomam ares mais engraçados do que amedrontadores como a máscara, a face deformada e as roupas fantasiosas. Outro traço evidente neste quadrante é a sexualidade exacerbada como o uso de brinquedos eróticos (1), provocações (24, 25, 30 a 32) e roupas extravagantes (21). Contudo estas imagens aparecem em momentos em que Maze tenta se encaixar - sem sucesso - na normalidade humana ou fazendo chacota com outras pessoas.

No grupo de imagens mais próximas ao limiar com o quadrante Pessoa comum (figura 6) se compreende uma relação importante para ressignificar a imagem demoníaca: Maze se torna amiga da menina Trixie a qual não enxerga nela perigo algum, acreditando que sua face deformada é uma fantasia de halloween (imagem 8) ou que suas adagas são brinquedos (Imagem 5). Por conta de seu afeto e para ganhar confiança de Trixie e de sua mãe, ela se amarra à cadeira (imagem 2) ou se passa pela segunda mãe da criança (imagem 37).

O segundo quadrante (figura 6) é composto por imagens de Maze em momento que tenta ser mais humana. Ao contrário do quadrante anterior em que a força na Ninfa se expressa da forma mais carregada, neste as imagens expressam uma retração, como se a personagem estivesse tentando se reprimir para passar despercebida, não expressar emoções ou ser como os outros. Contudo suas expressões faciais e as atitudes estão carregadas do *pathos* da Ninfa, como se estivesse lutando internamente, reprimido naquele corpo e prestes a explodir em um rompante. A tensão presente na junção dessas imagens com o enredo expressam novamente a intrincação de coisas divergentes e pulsantes.

As situações abordadas nesta prancha se referem a Maze tentando ser uma pessoa corriqueira: aprendendo a cozinhar (36), feliz e simples como sua amiga Ella (imagens 43 e 44), se forçando a mudar a própria imagem para

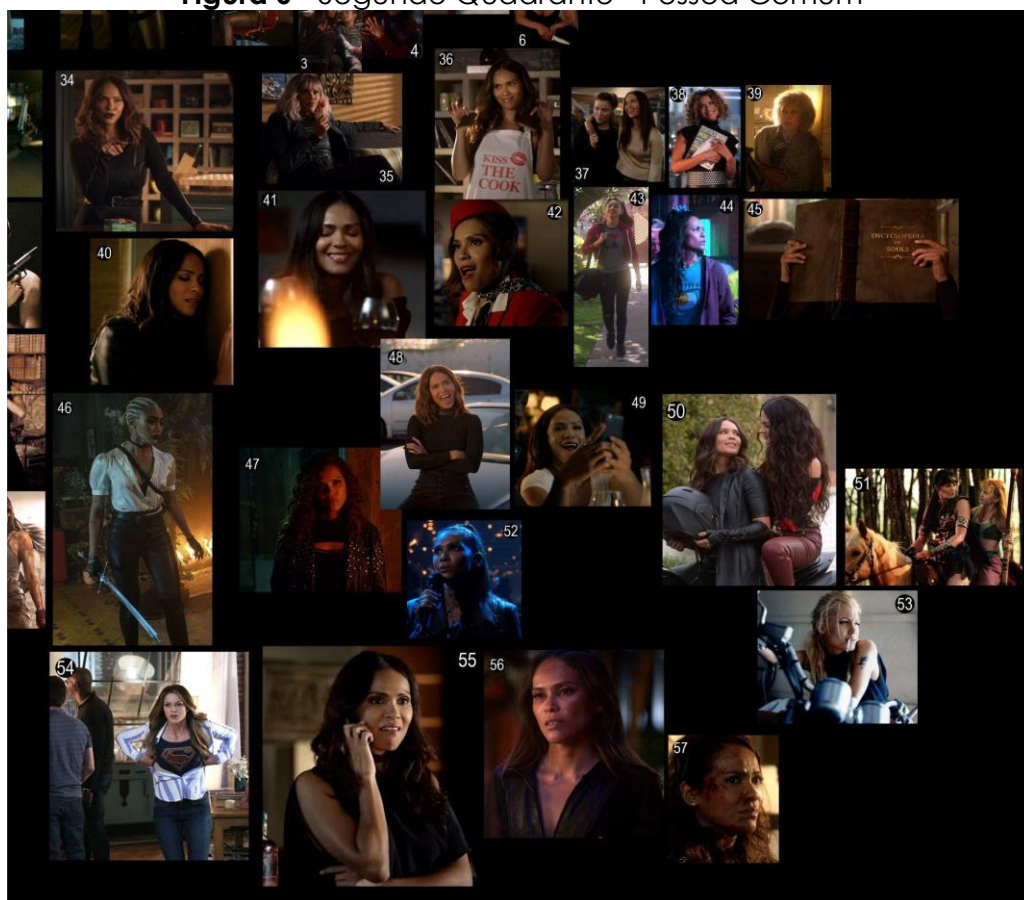
18 - Bacantes na série Xena a princesa guerreira, 1995. Fonte: YOUTUBE, 2020.

22 - Sra. Smith no filme Sr. e Sra. Smith, 2005. Fonte: IMDB, 2021.

23 - Lilith na série O mundo sombrio de Sabrina, 2020. Fonte: Pinterest, 2021.

algo mais delicado (35, 38, 44), magoada com algum amigo (imagens 40, 47, 57), na terapia (35); lendo a enciclopédia das almas para descobrir como ter uma (45), se dando conta do amor, de que está apaixonada e vivenciando o sentimento (41, 50, 52), presenciando momentos divertidos (37, 42, 48, 55), em busca da mãe Lilith (imagem 39) que a abandonou para realizar o mesmo sonho, se tornar uma pessoa comum.

Figura 6 - Segundo Quadrante - Pessoa Comum



Fonte: Elaborado pela autora. Descrição e fonte das imagens ver rodapé⁴.

⁴ 34 a 50; 52; 55 a 57 - Maze em diferentes momentos. Fonte: LUCIFER, 2021.

46 - A bruxa Prudence na série O mundo sombrio de Sabrina, 2018. Fonte: IMDB, 2021.

51 - Xena e Gabrielle na série Xena: a princesa guerreira, 1995. Fonte: IMDB, 2021.

53 - Angelina Jolie como Sway no filme 60 segundo (2020). Fonte: Angelina Jolie Movies, 2021

54 - Supergirl na série homônima (2015). Fonte: IMDB, 2021.

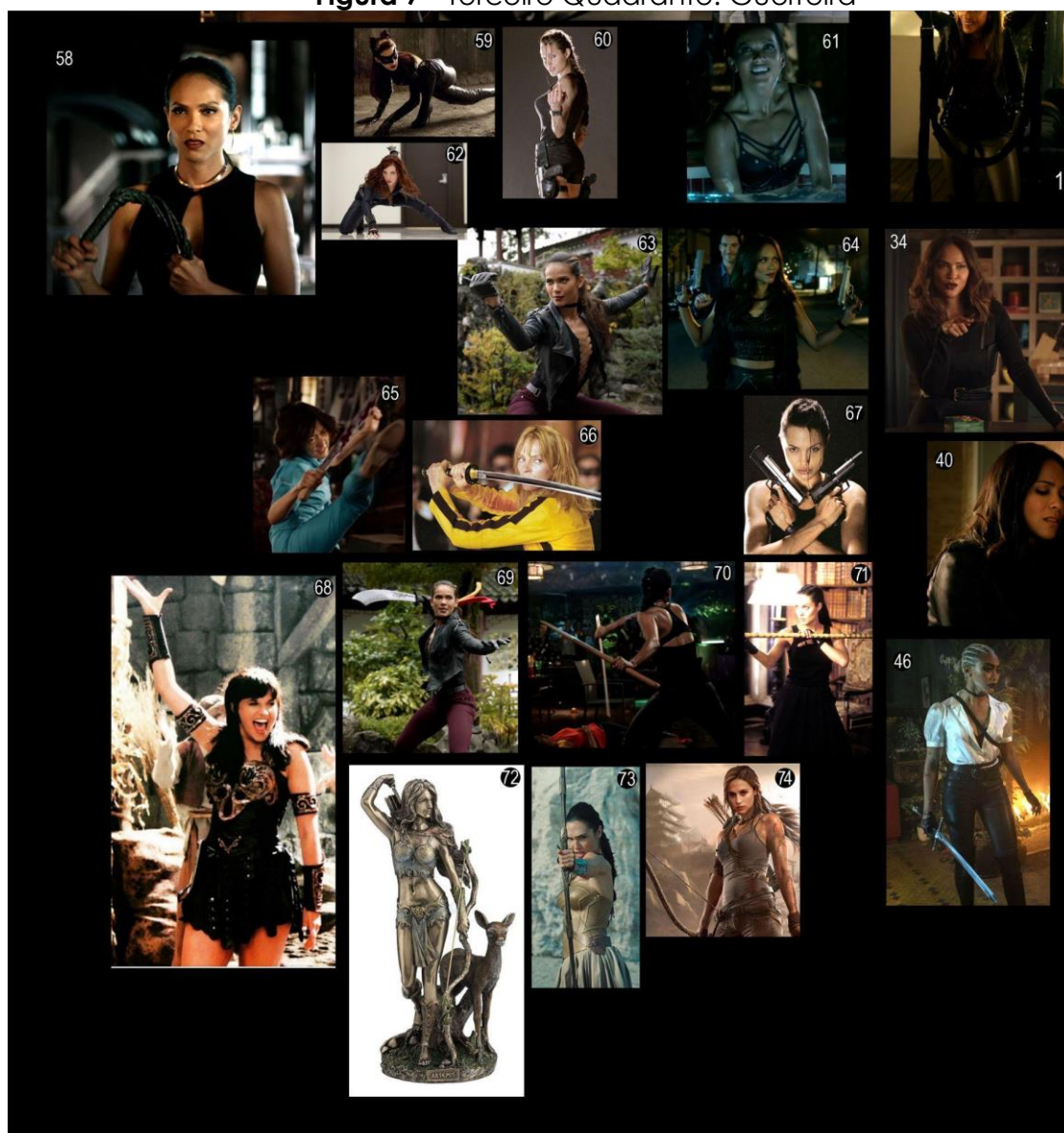
Nas imagens de outras produções que complementam o quadro, estão presentes personagens heróicas que se dividem entre batalhas e a vida simples como o momento descontraído de Xena e Gabrielle (51) e de Sway (53) que assim como Mazikeen e Eve (50) têm suas imagens compostas pelas motos e o cavalo suscitando movimento (elemento sempre presente nas Ninfas) dando a entender que estão prestes a ir em busca de liberdade, um conceito novo para Maze e que ela almeja com frequência. Já nas imagem de Prudence (46) e Kara (54), mais próximas da linha que as conecta com as Guerreiras, ambas compartilham com o demônio a ideia de uma missão maior, a disponibilidade incondicional que as impede de desfrutar de plena liberdade.

No quadrante 3 - Guerreira - a imagem de Mazikeen se destaca por sua habilidade corporal de luta, agilidade, manuseio das facas e outras armas (imagens 58, 61, 63, 64, 69, 70) . Diferentemente da imagem como demônio desregrado, quando suas habilidades de luta são evocadas ela se mostra concentrada, precisa, eficiente e segura como na imagem 61 em que ela está tranquilamente afogando (torturando) um homem.

Cumprir sua função como protetora de Lúcifer quase como um cão de guarda: quando é requisitada surge e resolve o problema. No seu desenvolvimento na vida terrena, descobre na caça de humanos (como caçadora de recompensas) sua fonte de renda e uma maneira de ser independente do anjo. A mais dinâmica das faces de Maze remete ao modelo mítico de Ártemis, deusa grega da caça, movida por forte instinto, pela força geradora da vida, ligada ao ciclo de criação e destruição (KONISH, 2016).

Como em outras produções que resgatam tal modelo, Maze surge em movimentos rápidos, precisos e na maior parte das vezes armada com suas adagas. A imagem de deusa da caça como Ninfa destaca a mudança de sentido atribuída a Maze: sua condição de demônio geralmente lido como perverso e maligno é apagada para dar lugar à imagem de uma mulher determinada e dotada de um dom.

A imagem de Ártemis (ou Diana, na mitologia romana) pontuada por Didi-Huberman (2013) como uma das que bem expressam a Ninfa warburguiana é requisitada com frequência como na própria Mulher Maravilha, diretamente inspirada pelo mito (73) bem como outras lutadoras destemidas como nas diferentes personagens de Lara Croft (imagens 67, 71, 74), Prudence (46) que viaja na missão de encontrar e se vingar no pai, de Beatrix em Kill Bill (66) e Sun (65), lutadora de Sense8. Dessa forma, restam no quadrante duas figuras importantes, das personagens Viúva Negra (62) e Mulher gato (59). Divididas entre a guerreira e a sensual (bem como as figuras vizinhas) por seus apelos mais sexuais que outras, serão analisadas no quadrante seguinte.

Figura 7 - Terceiro Quadrante: Guerreira

Fonte: Elaborado pela autora. Descrição e fonte das imagens ver rodapé⁵

⁵ 58, 61, 63, 64, 69, 70 - Maze em diferentes momentos. Fonte: LUCIFER, 2021.

59 - Anne Hathaway como Selina/Mulher Gato em Batman: O Cavaleiro das trevas ressurgue, 2012. Fonte: IMDB, 2021.

60, 67 e 71 - Angelina Jolie como Lara Croft em Tomb Raider, 2001. Fonte: IMDB, 2021.

62 - Scarlett Johansson como Viúva Negra no filme Viúva Negra, 2021. Fonte: IMDB, 2021.

65 - Bae Doona como a lutadora Sun Bak na série Sense8. Fonte: IMDB, 2021.

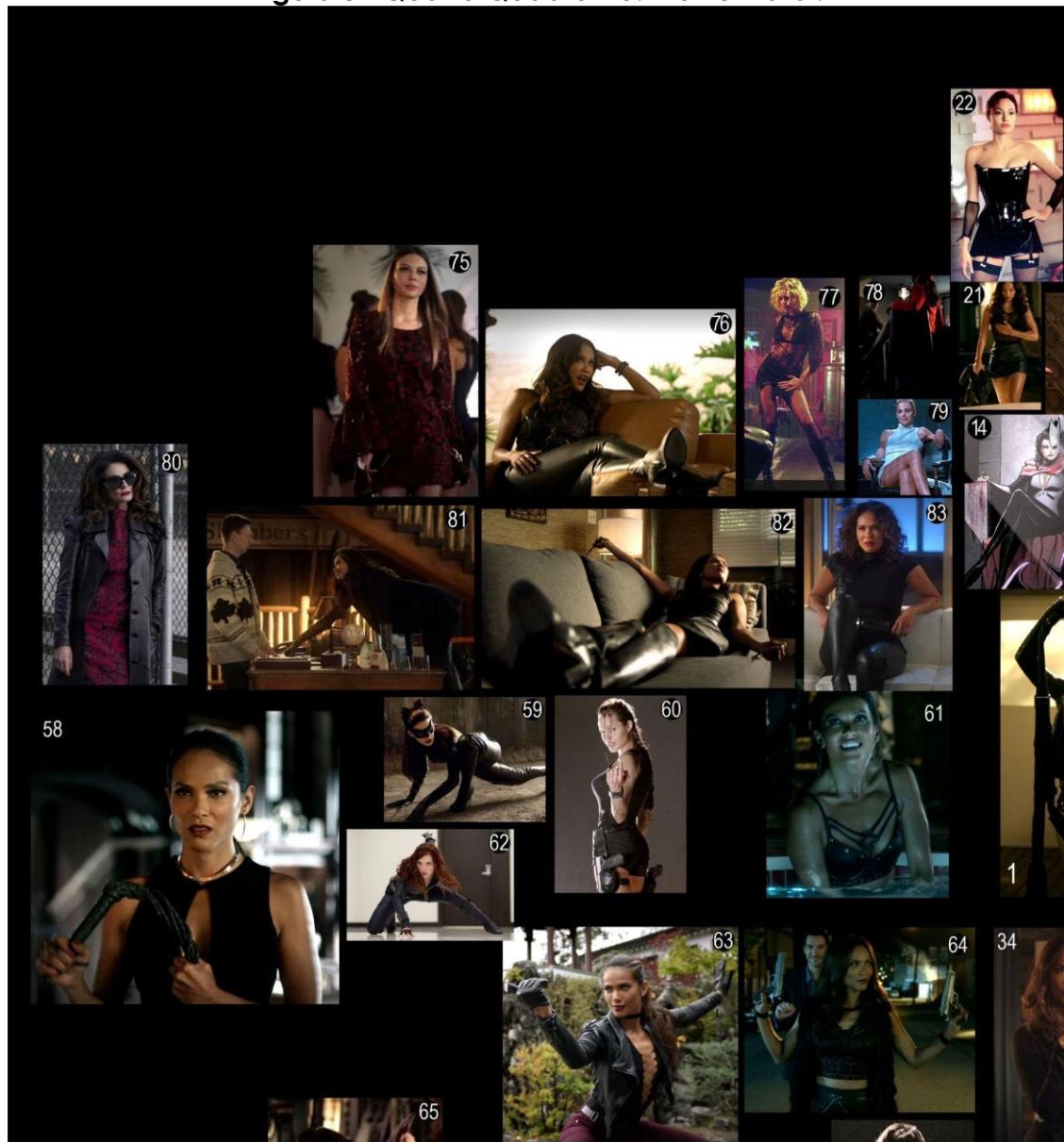
66 - Uma Thurman como Beatrix Kiddo em Kill Bill: Vol. 1 (2003). Fonte: IMDB, 2021.

68 - Lucy Lawless como Xena, em Xena: a princesa guerreira, 1995-2001. Fonte: IMDB, 2021.

72 - Estátua de Ártemis deusa grega da Caça, Autoria desconhecida, [s.d.]. Fonte: ALLSCULPTURES, 2021.

73 - Gal Gadot como Diana em Mulher Maravilha (2017). Fonte: IMDB, 2021.

74 - Alicia Vikander como Lara Croft em Tomb Raider: a origem (2018). Fonte: TERRA, 2018.

Figura 8 - Quarto Quadrante: Mulher Fatal.

Fonte: Elaborado pela autora. Descrição e fonte das imagens no rodapé⁶.

No quarto quadrante (figura 8) como mulher fatal maze reproduz além dos elementos visuais já mencionados (uso de couro, vinil, corpo a mostra) o movimento do corpo faz referência a clichês sensuais da TV e do cinema, como na cruzada de pernas de Sharon Stone (79). Porém em tais imagens o que constata é a exploração da imagem sensual como meio de concluir suas

⁶ 75 - Detetive Chloe Decker na série Lucifer. Fonte: Lucifer, 2021.

76, 78, 81 a 83 - Mazeekin em diferentes momentos da série. Fonte: Lucifer, 2021.

77 - Rebecca Romijn como Laure no filme Femme Fatale, 2002. Fonte: IMDB, 2021.

79 - Sharon Stone como Catherine Tramell em Instinto selvagem, 1992. Fonte: IMDB, 2021.

80 - Lilith na série O mundo sombrio de Sabrina, 2018. Fonte: IMDB, 2021.

missões mais ligadas ao trabalho de caça como nas imagens 58, 61, 78 e 81. Outro tema recorrente nesse tipo de imagem é quando Maze está no divã da terapeuta e amiga Linda Martin ou a vontade com pessoas próximas (76 e 83) tentando compreender suas emoções.

As imagens complementares desse painel fazem jus a definição da *femme fatale* descrita por Machado(2009): cumprem mais uma função de atrair o olhar dos homens do que apresentar personagens interessantes para a trama. Mesmo aquelas que se propõem a mostrar uma mulher mais guerreira ou uma heroína como nas imagem 59, 60, 62 e 22, os enquadramentos, as posições e a forma como a imagem do corpo é explorada não conseguem fazer o pathos das personagens se destacarem mais que seus atributos físicos. Em relação a elas, a força da intrincação da Ninfa com as questões humanas e profissionais do demônio a distancia das outras imagens que se tornam simplórias quando lado a lado com as dele.

5. Considerações Finais

Na prancha Mazikeen (figura 3), composta por imagens do demônio da série *Lúcifer* ao modo proposto por Warburg (SAMAIN, 2011; PEREIRA, 2020) foi possível observar a atuação da Ninfa como pathosformel: uma força presente que sobreviveu aos tempos e ressurgiu na imagem midiática. Postas lado a lado com outras figuras que compartilham a mesma essência, constatou-se que a intensidade emocional da personagem não deixa espaço para que se sobressaia nela os elementos imagéticos, mas que ambos juntos - imagem e emoção - compõem uma personagem capaz de captar e prender o olhar do espectador por representar uma inquietação de forças contrárias: agressividade e ingenuidade, demônio e humano, força e fragilidade.

Maze, como outras personagens da série *Lucifer* inspiradas em seres míticos, mais alegoriza as dificuldades da vida terrena do que se mostra indiferente a ela. O demônio ao desejar possuir uma alma demonstra mais como as emoções e vivências podem ser encaradas: sendo mais enriquecedoras do que isentas de valor. Ela e os demais representam um olhar

externo projetado sobre os humanos que ao se colocarem em seus lugares, valorizam as experiências que parecem mais corriqueiras como a dor, o amor, a fome, etc.

Essas questões existenciais humanas que são abordadas de forma leve na série refletem um universo de temas que permeiam muitas produções audiovisuais contemporâneas que privilegiam a busca de sentido para a vida e questionam padrões sociais. Assim, ao inserir Maze como uma personagem-Ninfa nesse enredo, a imagem se adequou a tal contexto, ou seja, se atualizou não se modificando e extinguindo elementos que poderiam ser considerados problemáticos como excesso de sensualidade, mas acrescentando e dando novos sentidos a essa imagem como quem adiciona mais camadas na sedimentação da pathosformel: tornando os elementos uma manifestação da personalidade de Maze, algo corriqueiro se comparado à sua complexidade e também cômico por ser deslocado da condição de mulher-imagem.

Assim ela se firma não como uma imagem rasa feita apenas para agradar o olhar masculino, mas subverte os sentidos de uma série de modelos que diante dos anseios das mulheres contemporâneas se utilizam dessas imagens de forma mais debochada do que levando-as a sério, já que cada vez mais não faz mais sentido para boa parte do público julgar valores morais pela aparência.

Das características mais evidentes na figura de Maze quatro foram destacadas mas é necessário pontuar que outros destaques poderiam ser feitos bem como outras tantas conexões, deslocamentos, associações. O potencial enxergado por Warburg nesse método é justamente o de que lhe é permitido construir conexões infinitas, e desta forma encontrar diferentes caminhos para interpretações das imagens.

Referências

DIDI-HUBERMAN, Georges. **A imagem sobrevivente**: história da arte e tempo dos fantasmas segundo Aby Warburg. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

JOLLES, André; WARBURG, Aby. A ninfa: uma troca de cartas entre André Jolles e Aby Warburg. In: **A presença do antigo**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.

KONICH, Izildinha. **A persistência das deusas**: representações simbólicas do feminino na atualidade. Jundiaí: Paco; São Paulo: Littera, 2016. E-book. Disponível em: pt.scribd.com/book/405786060 Acesso em: 1 mar 2020.

LUCIFER. [Série de TV]. Intérpretes: Tricia Helfer (Deusa da criação); Lesley-Ann Brandt (Mazikeen); Inbar Lavi (Eva). Diretor de criação: Gerard Jones. Produção: Jerry Bruckheimer Television; DC Entertainment; Warner Bros. 2019. Netflix.

MACHADO, Sandra de Souza. Estereótipos de gênero na Indústria Audiovisual: Mulheres cineastas engendram novos papéis modelo. Faces de Eva. **Estudos sobre a Mulher**, Lisboa, n. Extra, p. 233-243, out. 2019. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0874-68852019000200020 Acesso em: 6 ago. 2020.

MACHADO, Sandra de Souza. O que o Cidadão Kane tem a ver com a Rainha Christina? A Economia e a Política dos Estereótipos de Gênero no Cinema de Hollywood. **Comunicação & Informação**. Goiânia, 2009. Disponível em: www.revistas.ufg.br/ci/article/view/7491. Acesso em: 6 ago. 2020.

PEREIRA, Patrícia Bedin Alves. **Maria Madalena**: sobrevivência da ninfa penitente no audiovisual. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Estadual de Londrina, Londrina. 2020.

WARBURG, Aby. **A presença do antigo**. Campinas: Editora da Unicamp, 2018.

WIND, Edgar; ANTAL, Frederick. The maenad under the cross. **Engramma**, Veneza, n. 132, jan. 2016. Disponível em: www.engramma.it/eOS/index.php?id_articolo=2712. Acesso em: 23 jun. 2020.

PRÁTICAS DE INTERMEDIALIDADE NA CONTEMPORANEIDADE: A MITOLOGIA DO TEMPO EM *DARK*

Vanessa Luiza de Wallau*

1. Considerações iniciais

Dark é uma série televisiva de produção alemã, original do serviço de *streaming* Netflix, criada por Baran bo Odar e Jantje Friese e exibida entre os anos de 2017 e 2020. A premissa da narrativa parte de súbitos desaparecimentos na cidade de Winden, na Alemanha, revelando-se, a partir disso, um entrelaçar de conexões histórico-temporais entre quatro principais famílias. Constrói-se um universo fundamentalmente simbólico em que a viagem no tempo é possível e abarca reflexões sobre a existência humana nos mais diversos níveis.

Justifica-se a escolha da série como objeto de análise por se caracterizar como uma produção cultural contemporânea, construída a partir de relações e referências intermediáticas, de modo a compreendê-la como um produto de caráter intermediático, pertinente aos estudos sobre intermedialidade, que resgata a consciência mítica-religiosa.

Nesse sentido, objetiva-se articular conceitos e aspectos relativos aos estudos da intermedialidade com algumas das narrativas mitológicas e das simbologias em torno da noção de tempo, a partir da análise da série televisiva *Dark* (2017-2020), buscando identificar e analisar essas relações e referências intermediáticas, para compreender a maneira pela qual essas relações servem de estratégia narrativa para a compreensão da mídia em sua totalidade.

* Mestrado em andamento em Letras pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná (UNIOESTE) - Área de Concentração em Linguagem e Sociedade. Orientador: Acir Dias da Silva. Bolsista da Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível superior (CAPES). Graduada em Letras - Português e Espanhol pela Universidade Federal da Fronteira do Sul (UFFS).

Para tanto, subsidia-se teórico-metodologicamente nos estudos sobre intermedialidade conforme Claus Clüver (2006; 2011) e Irina Rajewsky (2012), ademais de uma consulta ao campo mitológico e simbólico, num retorno aos relatos míticos que fazem parte das experiências transcendentais de busca pelo conhecimento sobre a condição humana, especialmente aos apontamentos de Jean Chevalier e Alain Gheerbrant, no *Dicionário de símbolos* (2019).

Organizam-se as reflexões desta pesquisa em dois momentos: primeiramente, uma introdução teórica sobre os estudos da intermedialidade e sua relação com as séries de TV, seguida de uma análise maior detalhada de *Dark*, no intuito de argumentar sobre as práticas intermediáticas da produção em questão.

2 Desdobramentos teóricos: noções introdutórias sobre a intermedialidade

Os estudos sobre a intermedialidade, conforme as discussões de Rajewsky (2012), caracterizam-se pela variedade de temas e abordagens críticas. Cada perspectiva adota conceitos, metodologias e objetivos distintos, porém encontram um consenso ao tratar a definição de intermedialidade no seu sentido amplo: “Em termos gerais, e de acordo com o senso comum, ‘intermedialidade’ refere-se às relações entre mídias, às interações e interferências de cunho midiático” (RAJEWSKY, 2012, p. 52).

O termo “intermedialidade” foi cunhado pelo teórico alemão Aage Hansen-Löve, em 1983, em analogia aos estudos da intertextualidade, um termo recente para práticas antigas. Clüver (2011) afirma que a intermedialidade pode ser encontrada em “todas as culturas e épocas, tanto na vida cotidiana como em todas as atividades culturais que chamamos de ‘arte’” (p. 9). O autor apropria-se da metáfora de intermedialidade como um “cruzamento de fronteiras midiáticas”, para designar a interação entre mídias, e problematiza a (in)definição do termo *mídia*.

Conceito debatido por várias áreas de investigação, principalmente pelos Estudos de Mídias e da Comunicação, mídia é uma palavra usualmente tida no Brasil como sinônimo dos meios de comunicação em massa (jornal, televisão, etc.), contudo, na língua inglesa, o termo se expande, referindo-se, também, aos suportes físicos utilizados na produção de um signo, os instrumentos usados (o corpo humano, gravador, luz, etc.). A mídia, portanto, abarca não apenas um referente aos meios de comunicação, mas se constitui de objetos, de uma materialidade física, e seus impactos na configuração midiática, constituindo-se como um objeto de estudo diverso, intrinsecamente vinculado aos processos histórico-culturais - a ver, por exemplo, os artefatos resultantes do desenvolvimento tecnológico da era digital.

A terminologia mídia, portanto, sugere uma ampla abrangência de relações, e, por implicação, refere-se também às artes, como a literatura, o cinema e a pintura. Conforme Moser (2006) "toda a arte inclui a 'midialidade'" (MOSER, 2006, p. 42), isto pois, toda a arte é transmitida e constituída por um suporte midiático. Desse modo, todas as relações estabelecidas entre as artes abarcam questões intermidiáticas.

No caso da mídia séries de TV, as interações com diferentes artes e mídias são intrínsecas:

O que costumamos chamar, de forma imprecisa, de "linguagem de TV" é, na realidade, uma mescla de conquistas prévias no campo da literatura, das artes plásticas, do rádio, do folhetim, do cinema... assimilados de forma assimétrica pela "linguagem de TV" (BALOGH, 2002, p. 24).

Nesse sentido, a linguagem da ficção televisiva herda e incorpora linguagens de outras mídias, resultando em um complexo entrelaçar de variados campos das artes, da comunicação e da tecnologia. O gênero é composto de uma configuração intermidiática que se relaciona com outras mídias intrinsecamente, pela abordagem direta de referências em sua linguagem, como já supracitado, e extrinsecamente, por sua veiculação em outras mídias, como a internet e as redes sociais, por exemplo, transcendendo suas plataformas (seja a própria televisão ou o *streaming*).

A ficção televisual, como aponta Balogh (2002), é um produto híbrido, podendo-se valer através da relação entre inúmeras teorias. Tendo isso em mente, as noções de mídia e intermedialidade permitem a interação com diversas áreas do saber, uma vez que, como destacado, visam uma amplitude de abordagens. Faz-se necessário, contudo, adotar uma abordagem mais restrita, não alheia do aspecto amplo, mas direcionada a um tratamento mais específico, na tentativa de diluir essa visão heterogênea e suscitar discussões frutíferas sobre o objetivo proposto.

Por esse ângulo, Rajewsky (2012a) apresenta três subcategorias fundamentais, que permitem um olhar mais restrito para a intermedialidade: 1. *intermedialidade no sentido estrito de transposição midiática*, a qual refere-se às transformações de uma mídia à outra (como as adaptações cinematográficas de romances); 2. *intermedialidade no sentido estrito de combinação de mídias*, na qual representam as formas contemplativas de no mínimo duas mídias em uma; 3. *intermedialidade no sentido estrito de referências intermidiáticas*, em que uma única mídia faz referência à outra(s) mídia(s).

Apesar dessas subcategorias não serem limitadas, uma vez que uma mídia pode se encaixar em todas as três, as considerações a respeito do objeto de estudo desta pesquisa, a série *Dark*, estarão centradas, especificamente, na terceira categoria, das referências intermidiáticas. Entende-se, nessa categoria, a mídia como única em sua materialidade, que estabelece relações com outras mídias de referência, evocando elementos ou estruturas manifestadas em sua composição. Nessa perspectiva, busca-se perceber como são organizadas as relações com outras mídias e como essas relações são determinantes no processo de construção de sentido da obra em sua completude.

Os estudos das referências intermidiáticas se relacionam diretamente aos discursos teorizados na conceituação da intertextualidade, termo criado por Julia Kristeva com base nos estudos dialógicos do círculo de Bakhtin. Kristeva (1974) classifica o texto como um espaço múltiplo constituído de um

mosaico de textos anteriores, apresentados de forma dialógica, abrangente de várias camadas discursivas e culturais, um espaço intertextual.

Essas discussões se expandem diante dos debates sobre a intermedialidade. Clüver afirma que “a intertextualidade sempre significa também intermedialidade” (2006, p. 14), uma vez que os processos intertextuais também se configuram como processos intermediáticos. Um texto, como discute Antonio (2012), pode estabelecer relações hipertextuais e hipermediáticas: a hipertextualidade, calcada no texto verbal, se configura pela linguagem não-linear, dotada de diversas ramificações, isto é, um processo de abertura do texto que indica novas e heterogêneas produções de sentido, permitindo ao leitor uma “opção de escolha”; enquanto a hipermedialidade se diferencia da hipertextualidade por ir além do texto verbal, com o acréscimo de outros elementos, como imagens, sons e gráficos, que é o caso das séries de TV.

Vê-se em Antonio (2012) que além da intertextualidade, pode-se aprofundar as noções sobre intermedialidade pelo desdobramento de outros termos, como hipertextualidade, hipermedialidade, multimidialidade e transmedialidade. Os prefixos “hiper”, “inter”, “trans” e “pluri”, para radicais como “midialidade”, “textualidade”, “modernidade”, “disciplinaridade” e “culturalidade”, emergem das discussões e travessias da disciplina de Literatura Comparada e assumem os processos decorrentes da hibridez e da mobilidade contínua da literatura, das artes e das mídias e o alargamento de suas fronteiras.

Não cabe neste lugar incorporar a discussão de todos eles, mas notar que a mídia série de TV, faz parte de um mundo hipermídia, desdobrando-se nos meios de comunicação em massa e tornando-se alvo de transformações culturais, ideológicas, sociais e históricas, construindo sua realidade a partir de inúmeras possibilidades de abordagens e interações, requerendo uma análise transdisciplinar. É a partir disso que adota-se uma perspectiva intermediática, por uma análise centrada das práticas de referências intermediáticas na série *Dark*, especificamente às referências da literatura e da arte no que tange aos mitos e alusões bíblicas.

3. “O começo é o fim e o fim é o começo”: a mitologia do tempo em *Dark*

Ao longo dos vinte e seis episódios, divididos em três temporadas, *Dark* se constrói, em sua essência, a partir da noção de tempo, alvo de grandes preocupações da literatura mítico-religiosa. Desde os primórdios, os seres humanos buscam explicar fenômenos complexos que permeiam a humanidade, desenvolvendo uma mitologia na tentativa de entender sua própria existência e o funcionamento do mundo. Como aponta Brandão (1986), o mito não se reduz a uma ou outra obra de arte, como a prestigiada poesia grega, mas se difunde em variantes, ressignificadas de modo a atender à “novas exigências artísticas” (p. 27), diria-se aqui “midiáticas”. Não somente em bases artísticas, a consciência mítica é uma herança clássica que se mantém viva em todas as bases culturais e religiosas.

A essência da mitologia serviu à doutrina cristã, por exemplo, que “dessacralizou-a de seu conteúdo pagão e ressacralizou-a com elementos cristãos, ecumenizando-a” (BRANDÃO, 1986, p. 33). Em outras palavras, o Cristianismo adotou muito dos símbolos e significantes do mito e os ressignificou em prol de sua doutrina, de toque civilizador e tradicional. Nessa esteira, o mítico é intrínseco às culturas humanas, desde a tradição clássica até as práticas contemporâneas, desenrolando-se nas mais diversas formas narrativas, como a audiovisual, tratada no presente artigo.

Com isso, percorre-se pelas noções de intermidialidade, identificando a série *Dark* como um constructo de referências a símbolos e mitos, constituindo-se como elementos significativos na estrutura narrativa e na estilística da mídia. Os aspectos mitológicos aqui apontados, uma parcela da totalidade presente na série, representam a materialidade do que Gaudreault e Marion (2012) chamam de *mediática narrativa*. De acordo com os autores, cada mídia molda-se a partir de suas próprias possibilidades e técnicas, combinando e multiplicando seus meios de expressão, cada mídia “possui sua própria energética comunicativa.” (GAUDREULT; MARION, 2012, p. 120), sua própria maneira de comunicar.

A midiática narrativa se constitui de uma *fabula*, a história, o conjunto de acontecimentos, e torna-se uma *syuzhet*, a trama, uma *fabula* que contacta-se com ligações materiais, o que a torna uma mídia. A *fabula*, portanto, molda sua narrativa pelo contato com os recursos expressivos e técnicos da mídia, constituindo-se como uma *syuzhet*. Nesse sentido, a *syuzhet* das séries televisivas pode ser complexa, na medida em que sua materialidade é moldada pela interação entre a linguagem verbal, o roteiro, os diálogos, a oralização e a escrita; a linguagem imagética, a fotografia, a *mise-en-scene* (a organização dos objetos em cena), a direção de arte, figurino, maquiagem, etc.; e a linguagem sonora, a trilha sonora e a trilha musical. Centra-se, aqui, na percepção da maneira pela qual a *syuzhet* representa mitos e símbolos relacionados ao conceito de tempo na caracterização da sua narrativa.

A marcação do tempo da grande parte do mundo baseia-se de acordo com as crenças religiosas judaico-cristãs que registram os acontecimentos de acordo com o ano de nascimento de Jesus Cristo - (a.C.) e (d.C.). Os preceitos bíblicos demarcam a gênese - a criação do mundo e da vida - a morte e a ressurreição, uma existência puramente cíclica.

É justamente esta a grande simbologia de *Dark*: a ciclicidade do tempo. A sequência da narrativa é atemporal, marcada pela não-linearidade, e transita por três espaços temporais: passado, presente e futuro, conectados em um círculo infinito em que a viagem no tempo se torna possível. No *Dicionário de símbolos* de Chevalier e Gheerbrant (2019), afirma-se que o tempo é geralmente representado por formas circulares: "O centro do círculo é, então, considerado como o aspecto imóvel do ser, o eixo que torna possível o movimento dos seres, embora oponha-se a este como a eternidade se opõe ao tempo" (p. 876).

Isso é simbolizado pelo ouroboros, criatura mitológica que representa uma serpente que devora a própria cauda, compõem a *mise-en-scene* da série:

Figura 1 - Referência ao ouroboros.

Fonte: ASSIM FOI CRIADO O MUNDO. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 1, Episódio 06, 2017.

Figura 2 - Ouroboros.

Fonte: Dicionário de símbolos. 7Graus, 2008-2021. Disponível em: <https://www.dicionariodesimbolos.com.br/ouroboros/>. Acesso em: 27 jun. 2021.

Na figura 1, vê-se em *Dark* a representação, no canto superior esquerdo, do ouroboros (Figura 2), que simboliza, conforme Chevalier e Gheerbrant (2019), as ideias de “movimento, de continuidade, de autofecundação, e em consequência, do eterno retorno” (p. 922). A serpente engole a cauda, condenada a um ciclo eterno, de contínua repetição, bem como a narrativa da série está fadada a se repetir infinitamente. Repara-se, ainda, que o ouroboros está preso ao chão de uma caverna localizada na cidade, lugar onde a viagem no tempo ocorre, e nele está amarrado um cordão vermelho,

colocado por Jonas Kahnwald adulto, um dos protagonistas, para ser encontrado por ele mesmo enquanto jovem.

Nesse sentido, o mito e o movimento de Jonas se relacionam diretamente com a acepção do eterno retorno de Friedrich Nietzsche, filósofo mencionado diretamente em frases ou diálogos, na qual o tempo é regido por um círculo eterno, como o ouroborus. O eterno retorno aparece no aforismo 341 do quarto livro de *A Gaia Ciência*, de 1882:

E se algum dia ou noite um demônio roubasse sua mais solitária solidão e dissesse a você: Esta vida como você agora vive e a viveu, você terá que viver mais uma vez e inúmeras vezes novamente; e não haverá nada de novo nisso, mas cada dor e cada alegria e cada pensamento e suspiro e tudo indescritivelmente pequeno ou grande em sua vida deve retornar para você, tudo na mesma sucessão e sequência - até mesmo esta aranha e este luar entre as árvores, e até mesmo neste momento e eu mesmo (NIETZSCHE, 2001 p. 194, tradução minha)¹.

Dark se apropria desse ideal da ciclicidade eterna, estruturando um encadeamento de acontecimentos em que passado, presente e futuro não funcionam linearmente, mas coexistem, em um círculo imutável. Todos os tempos estão conectados e a viagem entre eles até poderia ter a intenção anular ou impedir que algo aconteça, mas, na realidade, é justamente a causa da concretização das ações como sempre foram. As personagens viajam entre os tempos na tentativa de mudar sua realidade, no entanto, são essas próprias ações que influenciam diretamente para que tudo aconteça como sempre aconteceu, em um eterno *looping*, como prontamente anuncia o narrador na abertura do primeiro episódio da série:

Acreditamos que o tempo decorre de forma linear. Que ele avança uniformemente, para sempre. Até o infinito. Mas a diferença entre passado, presente e futuro não passa de uma ilusão. O ontem, o hoje e o amanhã não são consecutivos, mas estão conectados em um círculo infinito (DARK, temp. 1, ep. 1).

¹ No original: "What if some day or night a demon were to steal into your loneliest loneliness and say to you : 'This life as you now live it and have lived it you will have to live once again and innumerable times again; and there will be nothing new in it, but every pain and every joy and every thought and sigh and everything unspeakably small or great in your life must return to you, all in the same succession and sequence - even this spider and this moonlight between the trees, and even this moment and I myself" (NIETZSCHE, 2001, p. 194).

A frase do físico alemão Albert Einstein, “a diferença entre passado, presente e futuro é somente uma persistente ilusão”, se torna uma referência simbólica à relação de ciclicidade e eterno retorno; não há um começo, um meio ou um fim, mas um entrelaçar de acontecimentos infinitos. Nessa mesma relação, cabe o exemplo de uma referência intermediática com a literatura. No episódio quatro da primeira temporada, cita-se o escritor alemão Goethe, durante uma aula da personagem Franziska Doppler, em que professor se refere à obra *As afinidades eletivas* (1809), que retrata uma duplicidade entre razão e amor, falando que:

Goethe busca por meio desta forma especial de repetição, a duplicidade. [...] A simetria é uma forma específica dessa duplicidade. A repetição se espelha por meio de um eixo central. A repetição então sai de um centro imaginário e de lá se divide em duas direções opostas (DARK, temp. 1, ep. 4).

Essa fala está justaposta à cena de Magnus Nielsen entrando na classe, como se estivesse em um segundo plano, ao fundo, em relação à imagem, no entanto, oferece um significado pertinente na narrativa. Quando a câmera mostra Franziska de costas, virando-se para Magnus, ela se posiciona de modo a enquadrar a personagem juntamente ao quadro da sala de aula com o símbolo do infinito desenhado, demonstrando a repetição espelhada da fala do professor. O símbolo apenas reforça a ideia de que, na série, o universo e o ciclo de acontecimentos é infinito:

Figura 3 - Referência ao símbolo do infinito.



Fonte: VIDAS DUPLAS. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 1, Episódio 04, 2017.

O símbolo do infinito, ou a fita de moebius, evoca o ouroboros duplicado, tanto pela forma circular quanto pela ideia de repetição e eternidade, firmando a inexistência de um início ou um fim. Nessa cena, trabalha-se sutilmente a referência à literatura e ao simbolismo em torno da noção de tempo para o universo de *Dark*, enquanto o que parece estar em evidência é apenas a troca de olhares dos personagens, de Franziska para Magnus, que recentemente lida com o desaparecimento de seu irmão mais novo mas mesmo assim vai para a escola e entra na sala errada, e de Magnus para Franziska, quando ela recebe uma mensagem e logo sai da sala. Ele a segue e percebe uma “vida dupla”, como indica o nome do episódio (“Vidas Duplas”), compondo a duplicidade mencionada pelo professor.

Juntamente à ciclicidade, outra simbologia que interage com a relação mítico-religiosa na narrativa da série é o número três e seus respectivos múltiplos. São três temporadas. O tempo é triplo: passado, presente e futuro. Alguns dos personagens possuem três versões, uma jovem-adolescente, uma adulta e uma mais velha. O mundo é tridimensional: há o mundo real e dois mundos criados a partir dele, nos quais a viagem no tempo cria um eterno ciclo. As viagens no tempo são permitidas apenas em ciclos de 33 anos, para frente ou para trás, ou em 66 anos - a única exceção é a utilização da chamada “Partícula de Deus”, que permite viajar no tempo de escolha, controlada pelo personagem Adam.

Apesar dessa visão tripartida do tempo, ele não é divisível, recordando as reflexões do filósofo e bispo Santo Agostinho, no livro XI de *Confissões*, o Homem e o Tempo. Agostinho (1980) parte do princípio do Gênesis, de Deus como criador do céu e da terra, elaborando sua análise sobre o tempo centrada num aspecto psicológico, motivo pelo qual seria indivisível. Para ele, a noção de tempo se inicia a partir da consciência humana, que antes da criação de Deus não haveria. O tempo estaria ligado ao homem, como uma espécie de extensão da alma humana, podendo até tentar medi-lo e dividi-lo, estabelecendo o que é passado, o que é presente e o que é futuro. No entanto, segundo Agostinho (1980), o homem está conectado ao presente e

a existência do passado e do futuro só é possível no momento presente, por isso não pode ser medido ou dividido:

Se existem coisas futuras e passadas, quero saber onde elas estão. Se ainda o não posso compreender, sei todavia que em qualquer parte onde estiverem, aí não são futuras em pretéritas, mas presentes. Pois, se também aí são futuras, ainda lá não estão; e, se nesse lugar são pretéritas, já lá não estão. Por conseguinte, em qualquer parte onde estiverem, quaisquer que elas sejam, não podem existir senão no presente (AGOSTINHO, 1980, s.p.).

A visão tripartida existe, porém, é apenas pelo tempo presente, portanto, que deslocam-se o passado e o futuro. Em *Dark*, independentemente do tempo em questão - que está geralmente em 1953, 1986 e 2019 -, o telespectador sempre acompanha o presente das personagens. Com a viagem no tempo, o passado pode se tornar o presente, e até mesmo uma personagem encontra a si mesma no que seria seu tempo passado. Não se trata, muitas vezes, de estabelecer um ou outro tempo, mas entender o papel que a personagem possui com aquele tempo. Quando tenta-se medir o tempo na série, volta-se sempre nas reflexões da ciclicidade, do eterno retorno e de um entre-lugar entre passado, presente e futuro.

A recorrência do número três pelo ideal bíblico é explicada através dos diálogos e digressões dos personagens, como na fala de H. G. Tannhaus: "A cada 33 anos, a rota da lua se sincroniza com a do sol. Mas o 33 é mais do que isso. Está em todo o lugar. Jesus fez 33 milagres. Existem 33 litânicas dos anjos. Há 33 cantos no purgatório de Dante e 33 no paraíso." (DARK, temp. 1, ep. 8). Inclusive, o personagem faz referência à literatura e ao escritor britânico H. G. Wells, autor do livro *A Máquina do Tempo* (1895); na série, H. G. Tannhaus é relojoeiro, autor do livro fictício *A Jornada Através do Tempo* e realmente constrói uma máquina do tempo.

Além do mais, há na Bíblia a trindade divina, Pai, Filho e Espírito Santo (também representada pela triquetra), e a trindade satânica, como revela o livro do Apocalipse 13:1-18, composta por dois monstros e um humano, o anticristo, que começaria a reinar na Terra com a idade de trinta e três anos, representando o número seiscentos e sessenta e seis, como imitação à

trindade divina. Ainda, são três os Reis Magos que visitaram Jesus e, de acordo com Marcos 15:25-37, sua crucificação ocorreu às nove horas da manhã, três vezes três, e sua morte às três da tarde.

Para além disso, no terceiro episódio da primeira temporada, 33 ovelhas morreram no ano de 1986, ano que não foi escolhido ao acaso e faz referência direta ao acidente da usina nuclear de Chernobil, e, logo, cita-se o Evangelho de Marcos 13:33 “Olhai! vigiai! porque não sabeis quando chegará o tempo.”, capítulo em que reforça-se a necessidade de ter cuidado com o falso “Messias”. Na segunda temporada, Adam exprime a Jonas, seu eu mais novo: “As pessoas vivem três vidas. A primeira termina com a perda da ingenuidade, a segunda com a perda da inocência e a terceira com a perda da própria vida.” (DARK, temp. 2, ep. 5).

Chevalier e Gheerbrant (2019) sinalizam o número três como essencial universalmente, exprimindo “uma ordem intelectual e espiritual, em Deus, no cosmo ou no homem” (p. 899). O número 1 representa o céu e o 2 a Terra, sendo o 3 a união de 1 e de 2, a “*União do Céu e da Terra*”, formando-se a tríade composta pelo homem, filho do céu e da terra.

Na mitologia, essa união representa Cronos, filho de Gaia, a Terra, e Urano, o céu, o titã que personifica o *Chronos*, o tempo cronológico. Cronos, ao mesmo tempo que gera, devora seus próprios filhos logo que nascem, simbolizando a fome que devora a vida, uma duração que logo se encerra. Nesse sentido, reverbera-se, de certa forma, a ciclicidade: na medida que o tempo cronológico é gerado, ele é engolido, cada segundo se inicia e logo termina, como um novo ciclo, e assim sucessivamente.

No caso de *Dark*, o tempo cronológico existe, mas está embaralhado, não podendo ser exatamente medido. A não-linearidade permite ao espectador acompanhar os acontecimentos em tempos distintos, marcados pela verbalização da data em alguns *frames*, ou ainda, pela escolha dos atores que compõem o elenco, por exemplo:

Figura 4 - Ulrich Nielsen jovem e adulto.



Fonte: MENTIRAS. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 1, Episódio 02, 2017.

Figura 5 - Ulrich Nielsen velho.



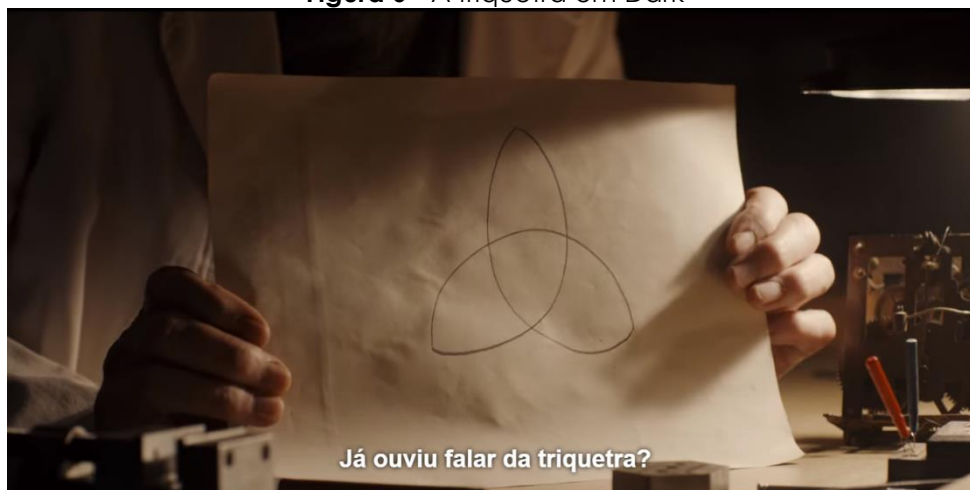
Fonte: MATÉRIA ESCURA. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 2, Episódio 02, 2019.

A escolha cuidadosa do elenco, um dos aspectos que implicam a midiática narrativa da série, marca uma retratação das personagens em seu passado, presente e futuro por uma semelhança surpreendente. Como exemplo, a figura 4 mostra Ulrich Nielsen em dois tempos que ele aparece na narrativa. Os personagens envelhecem na medida em que o ciclo de 33 anos se completa e a caracterização dos atores mostra justamente a passagem do tempo cronológico.

Do número três, portanto, surgem muitas simbologias. Outra referência que reverbera isso é a triquetra, referência imagética à união dos três tempos: presente, passado e o futuro. Ela é um símbolo de herança celta que representa a conexão entre o nível físico, o mental e o espiritual. A figura da triquetra aparece marcada em desenhos, nas portas pela qual viaja-se no

tempo, em uma tatuagem, além da a capa de um caderno que contém informações sobre alguns dos acontecimentos da linha temporal 1953-1986-2019. Sua figura é explicada na série:

Figura 6 - A triquetra em Dark



Fonte: VOCÊ COLHE O QUE PLANTA. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 1, Episódio 08, 2017.

Descrita na série como o "nó da trindade", explica-se que

- Nada está completo sem uma terceira dimensão. Não existe apenas em cima e embaixo. Há o meio. Acho que Einstein e Rosen se esqueceram de algo. Um buraco de minhoca conecta não apenas duas, mas três dimensões. Futuro, presente e passado (DARK, temp. 1, ep. 8).

A triquetra está ligada, segundo o enredo de *Dark*, à teoria do buraco de minhoca, de Albert Einstein e Nathan Rosen, chamada também de Ponte Einstein-Rosen, que afirma a possibilidade da ligação de dois pontos no espaço-tempo, permitindo a viagem no tempo. No entanto, ao invés de dois, haveriam três pontos conectados, representando a tríade passado-presente-futuro. Como a explicação da teoria requer um conhecimento mais aprofundado da área, atenta-se à carga simbólica do três e da triunidade: o homem e sua conexão entre a busca intelectual e a busca transcendental.

Para além disso, a figura de Hermes Trismegisto, “Hermes-Três-Vezes-Grande”, e a filosofia hermética também se configuram na rede de relações intermediáticas entre a série e a mitologia. Hermes, o mensageiro dos deuses, é “símbolo da inteligência industriosa e realizadora”, no entanto “trata-se de uma força limitada a um nível um tanto utilitário e facilmente corruptível.” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2019, p. 487). Hermes Trismegisto, conforme Chevalier e Gheerbrant, representa Hermes inspirado pelo deus egípcio Tot retratando a sabedoria, o conhecimento científico, e o caminho da eternidade.

Essa figura é personificada em *Dark* pelo personagem Noah, por ser um dos principais viajantes no tempo, o que recorda a insígnia das sandálias aladas utilizada por Hermes para deslocamentos rápidos e que o torna, também, deus das viagens; e pela sua tatuagem nas costas da Tábua de Esmeralda, texto escrito por Hermes Trismegisto representativo da literatura hermética. Há referência direta do livro *Caibalion* (em que se reúnem os ensinamentos da filosofia hermética) posto em cena nas mãos de Elisabeth, com quem Noah teve uma filha.

Hermes é, também, “o protetor dos ladrões (DIES, 46-47), forma de perversão intelectual, que se encontra em todos os tipos de escroques, certa habilidade maliciosa e de astúcia.” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2019, p. 487). O deus grego também se configura por ser o protetor dos pastores e ovelhas, relembrando o incidente da morte das 33 ovelhas e indicando Noah como o possível falso Messias.

Além do mais, Noah, Noé em português, não deixa de remeter ao personagem bíblico. De acordo com o livro de Gênesis, Noé seria descendente de Adão e vivia em conformidade com os preceitos de Deus, motivo pelo qual lhe foi designado, diante da insatisfação da divindade ao ver os homens em pecado, a tarefa de construir uma barca de trinta e três metros de comprimento - novamente o número trinta e três - por vinte e dois de largura e treze de altura, salvando apenas sua família e um casal de cada espécie de ser vivo.

A arca, em *Dark*, é uma espécie de cadeira, construída por Noah em 1986 para ser usada como uma máquina do tempo. A personagem usa crianças desaparecidas de 1986 e de 2019, como cobaias para experimentar a funcionalidade da cadeira. Ele se autodenomina Noé e sua arca seria o instrumento de salvação, de reparação da humanidade. Sua fala exprime o desejo de reorganizar o tempo, o começo e o fim.

Ainda, Noah assume, em suas viagens, a identidade de um padre e o discurso da doutrina cristã, todavia, tal como o caráter corruptível de Hermes, subverte os preceitos pregados. Sua Bíblia é um caderno preto com o símbolo da triquetra, que consta também em sua tatuagem, ao final da Tábua de Esmeralda, e na porta de passagem para a viagem no tempo da caverna que há em Winden, passagem que aparece sendo construída por Noah e seu pai em 1921. Noah o mata por acusá-lo de ter perdido sua fé, reafirmando seu caráter questionável. A personagem possui uma dualidade inerente: adota a missão reparadora de Noé, mas ela decorre conforme seus próprios propósitos, tendo o caráter manipulador de Hermes.

Não só Hermes, como também Ariadne se torna personificada em *Dark*, a partir da personagem de Martha Nielsen. Na mitologia, o Rei Minos, da ilha de Creta, ordenou que Dédalo construísse um labirinto para esconder Minotauro, encarregando sua filha Ariadne como responsável pelo lugar. Ela se apaixona por Teseu, o herói determinado a matar o Minotauro, e lhe dá um novelo de lã a ser preso no início de sua jornada, para que pudesse encontrar seu retorno. O desenvolvimento de Martha se entrelaça com o mito de forma sutil desde o primeiro episódio da série com um cachecol de lã característico de sua vestimenta, e vai ganhando espaço com cartazes pendurados em seu quarto e ensaios de sua interpretação como Ariadne na peça teatral da escola.

Ariadne se conecta ao simbolismo do tempo nos dizeres do narrador:

Procuramos o fio de Ariadne para nos guiar pelo caminho certo. Uma luz na escuridão. Adoraríamos saber nosso destino – para onde nos leva. Mas a verdade é que existe apenas um caminho por toda a eternidade. Predeterminado pelo começo e pelo fim – que também é o começo (*DARK*, temp. 1, ep. 4).

O fio de Ariadne é “o agente de ligação do retorno à luz” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2019, p. 431), e adquire o sentido da tentativa de alcançar algo, metaforicamente, o conectar-se ao centro do labirinto, a busca de um princípio, de um conhecimento. Martha se apaixona por seu Teseu, na série Jonas Kahnwald, e ele se torna um viajante no tempo conduzido justamente por um fio, na caverna, que o leva até a porta de passagem entre os tempos (o mesmo fio vermelho atado ao ouroboros na figura 1). Essa cena, do episódio seis da primeira temporada, acontece simultaneamente ao momento em que Martha realiza a apresentação final do teatro. Nesse espaço, a mídia teatral ocupa a narrativa, com o monólogo de Ariadne.

A peça teatral, que também é citada na terceira temporada, reafirma a ciclicidade do tempo: “A roda gira, de novo e de novo. A cada círculo, um destino ligado ao outro. Um fio, vermelho como o sangue, que liga todas as nossas ações.” (DARK, temp 3, ep. 1). É o fio, literal e figurativo, que conduz Jonas em sua viagem labiríntica pelo tempo, em meio a um labirinto composto pelas fragmentações, pelo entrelaçar dos acontecimentos e pela complexidade das relações familiares.

Nesse sentido, o fio de Ariadne se torna símbolo, ainda, do vínculo entre os personagens em decorrência das viagens no tempo. A mídia fotográfica marca sua expressão ao longo de toda a série, através das fotos dos personagens. A foto é o símbolo de eternização de um tempo e da captação de uma imagem nesse determinado momento. A série remonta as fotos dos personagens conectadas por fios vermelhos, estabelecendo as conexões genealógicas entre si, ou indicando a ligação entre suas versões mais velhas ou mais jovens. A fotografia é uma peça chave na estrutura de *Dark*; diz-se muito através dela, não apenas indicando as pessoas e as famílias, mas também indica os conflitos entre eles, como as fotos em que se recorta alguém.

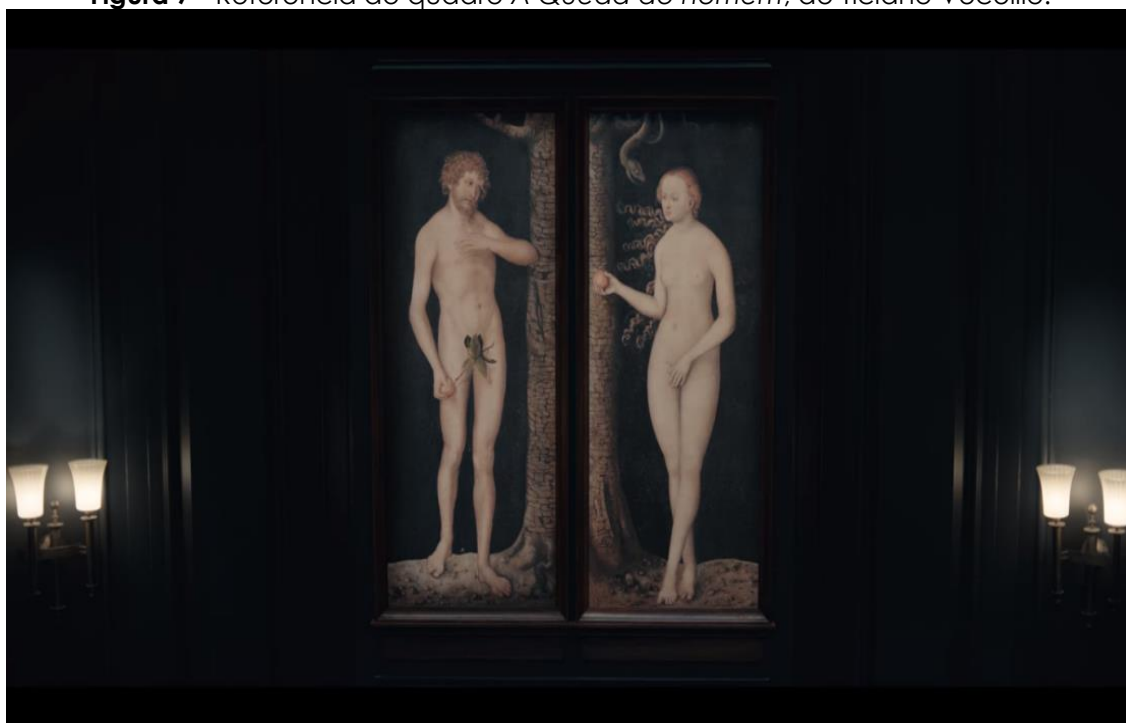
Essas interligações e conexões familiares entre as personagens somente são reveladas ao final da série, com a metáfora de Adão e Eva. Os personagens bíblicos são representados por Martha e Jonas, de mundos alternativos, e o fruto de sua concepção, o chamado “Infinito”, que representa toda a simbologia da série. A conexão entre eles é o início; e se sustenta pelo nó de Ariadne, como expressa Martha na peça: “Um nó que não pode ser desatado. Mas pode ser cortado. Ele cortou o nosso nó com uma lâmina afiada. Mesmo assim sobrou algo que não pode ser cortado. Um laço invisível.” (DARK, temp. 3, ep. 1).

Martha e Jonas são Adão e Eva, tal como suas versões mais velhas se autodenominam Adam e Eve. Os dois representam, na Bíblia, o início da humanidade e pecado original: a desobediência de Eva ao comer a fruta proibida, o que deu origem aos pecados do mundo. O fruto proibido, apesar de não especificado na Bíblia, é a maçã, símbolo de conhecimento, mas um conhecimento de duas faces: ou um “conhecimento unificador, que confere a imortalidade, ou conhecimento desagregador, que provoca a queda.” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2019, p. 572). A maçã compõe várias cenas, inclusive uma na qual o “Infinito”, filho dos dois, aparece segurando-a antes de cometer um assassinato, refletindo a simbologia do pecado.

Adão e Eva são o início da árvore genealógica pela qual descendem os demais, um todo infinito; isso é reconhecido por Eva, a versão mais velha de Martha, em sua fala para Jonas jovem: “Você e eu. Adão e Eva. É isso que nós somos. Um erro na matrix.” (DARK, temp. 3, ep. 3). Inclusive, como adendo, a clara referência à mídia cinematográfica vai além da franquia de filmes Matrix, das irmãs Wachowski, aludindo também à trilogia *De volta para o futuro*, de Robert Zemeckis, e *Donnie Darko*, de Richard Kelly, com relação aos aspectos temporais.

A fala de Eva ocorre na sala de organização utilizada pelos viajantes no tempo, em frente ao quadro central da sala que lembra a pintura *A Queda do homem*, do pintor renascentista Ticiano Vecellio², o qual referencia diretamente a Bíblia no momento em que Eva aceita o fruto proibido. Em outro mundo, a pintura principal é *A queda dos condenados*, do pintor alemão Peter Paul Rubens³, também conhecida como *A queda dos anjos rebeldes*, que retrata uma massa de corpos de anjos nus sendo expulsos do paraísos e lançados ao inferno.

Figura 7 - Referência ao quadro *A Queda do homem*, de Ticiano Vecellio.

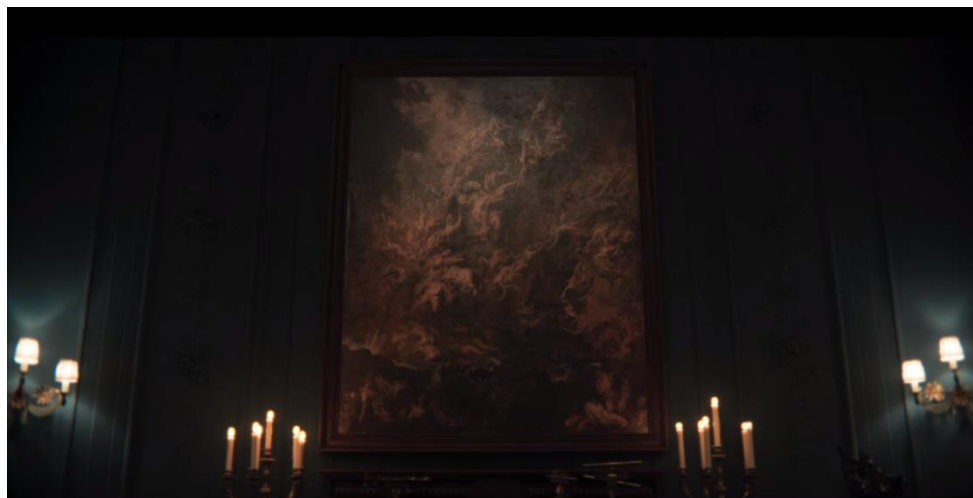


Fonte: A ORIGEM. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 3, Episódio 04, 2020.

² Disponível em: <https://www.museodelprado.es/en/the-collection/art-work/adam-and-eve/e0ca4331-fb89-47a7-9ba0-be0ece23426b>. Acesso em: 26/09/2020.

³ Disponível em: <https://santhatela.com.br/peter-paul-rubens/rubens-a-queda-dos-condenados-1630/>. Acesso em: 26/09/2020.

Figura 8 - Referência ao quadro *A queda dos condenados*, de Peter Paul Rubens.



Fonte: OS VIAJANTES. In: DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020. Temporada 2, Episódio 04, 2019.

A alusão à pintura *A queda do homem* (figura 7) interage intrinsecamente com toda a simbologia do tempo, retratando o início, com as figuras de Adão e Eva, e o fim (pelo fato do nome da pintura ser “A queda do homem”): o começo é o fim e o fim é o começo. Em *A queda dos condenados* (figura 8), uma pintura também religiosa, assume um sentido de ciclicidade e de condenação: os anjos, na medida em que caem, se deformam tornando-se demônios, que após caídos, retornam a própria figura que condena os demais.

Em suma, a narrativa recupera uma extensa lista de referências à literatura mítico-religiosa, expressa em diversos tipos de mídias, como a literatura, a pintura e a fotografia; e distintas epistemes: filosofia, física e mitologia. As referências mencionadas não se encerram por aqui, apenas abrem espaço para novos símbolos e novas ressignificações. Não somente alusões, as referências exemplificadas se tornam um recurso intermediário na medida essa interação entre mídias exerce um papel na construção da narrativa da mídia série.

4. Considerações finais

Buscou-se analisar a série *Dark*, sob a perspectiva dos estudos sobre intermedialidade, de modo a considerá-la como um produto de suas referências intermediárias. Diante das referências que compõem a série, tem-se uma mídia montada como um quebra-cabeça, cada peça é estruturada de acordo com suas relações às outras artes e mídias, enriquecendo a narrativa e compondo a *syuzhet* de *Dark*. Isso demonstra que as séries são produtos híbridos e apresentam, através de suas interrelações, um grande potencial criativo.

As referências intermediárias à literatura mítico-religiosa configuram a série *Dark* como uma narrativa extremamente simbólica, fragmentada e não-linear, em que o conceito de tempo encontra-se representado por símbolos e teorias científicas e filosóficas. O espectador, como Teseu no labirinto de Dédalo, guia-se pelo fio de Ariadne, através das pistas que o fazem andar pela trama, buscando respostas aos questionamentos sobre o tempo. Respostas que habitam um plano do intangível. Ao final dessas considerações, repete-se o dizer de Isaac Newton presente várias vezes durante a série: “O que sabemos é uma gota; o que ignoramos um oceano”.

Referências

AGOSTINHO, Santo. **Confissões**; De magistro. 2 ed. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

ANTONIO, Jorge Luiz. Intertexto, hipertexto, hipermídia, transmídia: os caminhos da tecno-arte-poesia. **Revista Brasileira de Literatura Comparada**, Niterói, n. 20, p. 63-91, 2012.

BALOGH, Anna Maria. **O discurso ficcional na TV**: sedução e sonho em doses homeopáticas. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

BÍBLIA online. Disponível em: <<https://www.bibliaonline.com.br/>>. Acesso em: 20 mar. 2021.

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia Grega**. Petrópolis: Vozes, 1986. v. 1.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos**: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números. Trad. Vera da Costa e Silva et al. 33. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2019.

CLÜVER, Claus. Inter textus / inter artes / inter media. Trad. Elcio Loureiro Cornelsen et al. **Aletria**. Revista de estudos de literatura, Belo Horizonte, n. 14, p. 11-41, jul-dez, 2006.

CLÜVER, Claus. Intermedialidade. **Pós**: Revista do Programa de Pós-Graduação em Artes da Escola de Belas Artes da UFMG, Belo Horizonte, v.1, n. 2, p. 8-23, nov, 2011.

DARK. Criação de Baran bo Odar e Jantje Friese. Alemanha: Netflix, 2017-2020.

GAUDREAU, André; MARION, Philippe. Transescritura e midiática narrativa: questões de intermedialidade. In: DINIZ, T. F. N. (Org.). **Intermedialidade e estudos interartes**: desafios da arte contemporânea. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012. p. 107-128.

KRISTEVA, Julia. **Introdução à Semanálise**. Trad. Lúcia Helena França Ferraz. São Paulo: Perspectiva, 1974.

MOSER, Walter. As relações entre as artes: por uma arqueologia da intermedialidade. **Aletria**, p. 42-65, jul./dez. 2006.

NIETZSCHE, Friedrich. **The gay science**. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.

RAJEWSKY, Irina O. A fronteira em discussão: o status problemático das fronteiras midiáticas no debate contemporâneo sobre intermedialidade. Trad. Isabela Santos Mundin. In: DINIZ, Thaís Flores Nogueira; VIEIRA, André Soares (Orgs.). **Intermedialidade e estudos interartes**: desafios da arte contemporânea. Belo Horizonte: Rona Editora: FAE/UFMG, 2012. p. 51-73.

RAJEWSKY, Irina O. Intermedialidade, Intertextualidade e "Remediação": Uma perspectiva literária sobre a intermedialidade. In: DINIZ, Thaís Flores Nogueira (Org.). **Intermedialidade e estudos interartes**: desafios da arte contemporânea. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012a. p. 15-45.

**DISTOPIA E CONSUMO:
CONFLUÊNCIAS POSSÍVEIS ENTRE O HOMEM UNIDIMENSIONAL,
DE HEBERT MARCUSE, E A SOCIEDADE DE *FAHRENHEIT 451*, DE
RAY BRADBURY**

Matheus Silva Falcão[•]
Renata Brauner Ferreira^{••}

1. Introdução

Tornou-se lugar comum dizer que a sociedade contemporânea se apresenta como parte de uma era digital. Na contemporaneidade, as relações sociais são intermediadas pela tecnologia e torna-se difícil vislumbrar um cenário diferente.

Diante de tal realidade, a reflexão sobre o peso que os recursos tecnológicos têm como parte estruturante da sociedade é a preocupação de uma vasta gama de teóricos. Para FEENBERG (2003, p. 5), “é porque estamos sem saber aonde estamos indo e por que a filosofia da tecnologia emergiu em nossos tempos como uma crítica à modernidade”.

O autor se refere ao século XX como um momento crucial, onde a visão, muitas vezes otimista, que se tinha em relação à modernidade e à tecnologia são drasticamente alteradas. Como é sabido, neste período ocorreram duas guerras mundiais que escancaram o potencial nocivo e destruidor que a tecnologia pode ter, citando a tecnologia bélica nuclear como exemplo cabal. Nas palavras de Heller (1993, p. 42):

A moderna tecnologia da guerra é o produto da ciência natural; as câmaras de gás e os crematórios de Auschwitz são invenções do cérebro científico. Do mesmo modo, os duzentos mil mortos com a explosão nuclear em Hiroshima e Nagasaki são vítimas do “progresso” da ciência natural. Não existem mais portas nem almas fechadas: aparelhos de escuta gravam nossos mais íntimos encontros, detectores de mentira violam as inibições do “censor” freudiano. [...] Diante de tudo isso, perguntamo-nos em que ponto começamos a enveredar pelo caminho errado?

[•] Mestrando do Programa de Pós-Graduação em História das Populações Amazônicas (PPGHISPAM) da Universidade Federal do Tocantins – UFT.

^{••} Professora do curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande – FURG.

A projeção otimista que se construiu ao longo do século XIX acerca do futuro converteu-se, portanto, em horror e barbárie através da atuação dos regimes totalitários; a tecnologia e a ciência, antes unívocos sinais de esperança se demonstram agora relativizadas. Conforme nos assegura MARCUSE (2001, p. 54), acerca do uso da tecnologia pelo regime nazista:

En la Alemania del nacionalsocialismo, el reino del terror se sostiene no sólo por medio de la fuerza bruta, que es independiente de la tecnología, sino también por medio de la ingeniosa manipulación del poder inherente a ella: la intensificación del trango, la propaganda, la educación de la juventud y los obreros, la organización de la burocracia gubernamental, industrial y partidista -todo lo cual constituye los instrumentos cotidianos del terror- siguen los dictados de la mayor eficiencia tecnológica.

Tomando como base tal cenário, onde a tecnologia passa a ser repensada e problematizada, utilizaremos como eixos na construção deste capítulo o pensamento de filósofo alemão Hebert Marcuse, sobretudo sua tese do homem unidimensional, e a narrativa literária distópica *Fahrenheit 451*, escrita por Ray Bradbury e originalmente publicada em 1953. As reflexões de Marcuse e a narrativa de Bradbury revelam muito sobre o contexto do século XX, em que, conforme a citação anterior revela, tecnologia, controle e autoritarismo tiveram vínculos estreitos.

2. O pensamento filosófico de Hebert Marcuse e sua tese do homem unidimensional

Hebert Marcuse nasceu na Alemanha em uma família de judeus de classe média no ano de 1898. Estudou literatura alemã na Universidade de Friburgo e acabou se interessando por filosofia ao se aproximar de Martin Heidegger.

Acaba se retirando de seu país natal com o avanço do regime hitlerista e se exila nos Estados Unidos, país onde lecionou em diversas universidades e teve suas principais obras publicadas.

O pensamento marcusiano está inserido na tradição filosófica da chamada Escola de Frankfurt. Conforme Ferreira (2018, p. 30), essa corrente,

fazendo uso dos trabalhos filosóficos de Karl Marx (1818-1883) sobre o capitalismo e o papel do proletariado na sociedade industrial, alguns pensadores, dentre os quais: Friedrich Pollock, Erick Fromm, Theodor Adorno, Max Horkheimer e Herbert Marcuse, e outros buscavam um modelo de marxismo que pudesse ser uma alternativa ao conflito entre a social democracia e comunismo e passaram a produzir artigos, ensaios e resenhas, de cunho marxista, que pregavam que o poder não se encontrava junto aos que controlavam os meios de produção, mas sim, junto àqueles que controlavam as instituições de cultura, chamando atenção para o entendimento da dominação através do uso da razão.

O tema da tecnologia, portanto, é bastante recorrente nas obras ligadas à Escola de Frankfurt, já que a Era da Modernidade se desenvolvia trazendo circunstâncias nem um pouco auspiciosas quando comparadas inclusive à própria projeção marxista do século XIX. Para o marxismo, a sociedade industrial, marcada pela exploração do proletariado pela burguesia, caminhava rumo à revolução e à construção de uma sociedade sem classes, alçada pela vitória da classe trabalhadora. Na ótica marxista, a tecnologia industrial e mecanizada, os chamados meios de produção, seria essencial para a revolução, que seria um caminho natural e inevitável: “o desenvolvimento da grande indústria tira da burguesia o próprio chão sobre o qual ela produz e se

apropriada de produtos. O que ela produz é, sobretudo, seu próprio coveiro" (MARX, ENGELS, 2012, p. 58).

O tempo passou e no avançar do século XX, Marcuse constata que a visão de Marx estava longe de se realizar. A chave para se entender as motivações deste fracasso está na organização do *modus operandi* industrial e capitalista que se arranhou de tal forma a isolar os trabalhadores e as massas. Para isso, Marcuse lança mão do conceito de alienação do próprio Marx. Segundo Ferreira (2018, p. 44):

Marcuse explica a alienação, desenvolvida por Marx, como a relação do homem com o outro como uma relação de dinheiro e troca de mercadorias. Nesse caso o indivíduo como trabalhador, é separado do objeto do seu trabalho e forçado a vender-se como uma mercadoria. A consequência desta alienação do trabalhador é a alienação do homem pelo homem. Os homens são isolados e colocados uns contra os outros. Eles estão relacionados pela troca de mercadoria ao invés da relação entre as pessoas. A alienação do homem em si mesmo é simultaneamente um distanciamento dele com os outros homens.

Tal isolamento entre os indivíduos evidencia o potencial que o sistema industrial tem de limitar a atuação e o crescimento do ser humano enquanto ser social em suas plenas capacidades, o que Marcuse chama de Transcendência (MARCUSE, 1973, p. 15). Assim, o horizonte vislumbrado por Marx no que tange à atuação de uma classe trabalhadora unida e atuante, está malograda:

Contudo, o desenvolvimento capitalista alterou a estrutura e a função dessas duas classes de tal modo que elas não mais parecem ser agentes de transformação histórica. Um interesse predominante na preservação e no melhoramento do *status quo* institucional une os antigos antagonistas nos setores mais avançados da sociedade contemporânea. E a própria ideia de transformação qualitativa recua diante das noções realistas de uma evolução não-explosiva proporcionalmente ao grau em que o progresso técnico garante o crescimento e a coesão da sociedade comunista (MARCUSE, 1973, p. 17).

Limitado, isolado, tolhido e castrado: eis o homem unidimensional analisado por Marcuse. E de que maneira a tecnologia se insere neste

cenário? Ora, ela é o motor deste processo, sendo que a sociedade industrial é engendrada a partir das revoluções industriais. A tecnologia seria usada como uma ferramenta para a promoção da unidimensionalidade. Daí a importância de citarmos outro aspecto do pensamento marcuseano a respeito do uso da tecnologia: a sua não neutralidade. Para MARCUSE (1973, p. 19):

Em face das particularidades totalitárias dessa sociedade, a noção tradicional de "neutralidade" da tecnologia não mais pode ser sustentada. A tecnologia não pode, como tal, ser isolada do uso que lhe é dado; a sociedade tecnológica é um sistema de dominação que já opera no conceito e na elaboração das técnicas.

Ao abordar a tecnologia em seu aspecto carregado de valores, o controle deve ser levado em conta ao se considerar por exemplo os regimes totalitários, conforme citação aqui já feita. Entretanto, não é apenas no terror dos autoritarismos que a tecnologia pode reprimir liberdades e gerar o homem unidimensional, afinal de contas, Marcuse residia no momento da escrita de sua obra referência neste assunto nos Estados Unidos. De que maneira a unidimensionalidade se verifica entre as massas num sistema liberal?¹ A resposta está no consumo e no lucro:

Na sociedade alemã, os meios de comunicação e as tecnologias eram predominantemente instrumentos de propaganda política, já na sociedade norte-americana tais tecnologias se encontravam inseridas no contexto mercadológico de venda de bens e serviços. [...] nos Estados Unidos, Marcuse se deparou com um mercado cultural no qual a presença de grandes indústrias como Hollywood é marcante, o rádio um enorme alcance como meio de comunicação. Neste contexto, o foco dos estudos marcuseanos passou a ser a análise crítica da sociedade, procurando entender como e porque, apesar de todo o avanço científico e tecnológico a sociedade se encontrava aprisionada a certos padrões autoritários e a sistemas manipuladores.

¹ O século XXI, fruto da hegemonia do sistema capitalista e marcado pelo cenário da globalização, revela a continuidade do fenômeno do homem unidimensional. Conforme Bastos (2014, p. 114): "a globalização lança mão desses fatores e exerce um controle poderoso sobre os diferentes indivíduos; aqui, presentemente, não só há um elevado nível de automação ou de tecnologia, como também há sutil mecanismo de domínio".

Diante das reflexões até aqui feitas, percebemos como, para o pensamento de Marcuse, o homem unidimensional é a síntese da combinação entre um sistema político-econômico-cultural e a tecnologia. Na segunda parte deste capítulo, buscaremos conexões entre a tese apresentada por Marcuse e o enredo do romance distópico *Fahrenheit 451*.

3. *Fahrenheit 451*: a distopia como um alerta à humanidade

Imagine uma sociedade em que os livros, ao invés de lidos, devem ser queimados por serem proibidos; onde os bombeiros, ao invés de apagar incêndios, são os responsáveis por destruírem com fogo as remanescentes páginas literárias. Esse é o universo criado pelo escritor estadunidense Ray Bradbury (1920-2012) em *Fahrenheit 451*, publicado inicialmente em 1953. O nome do livro é uma referência à temperatura ideal que os bombeiros deveriam atingir para queimar os livros: 451° F (250° C).

Antes de avançarmos na análise do livro, faz-se necessário entender o que seriam as distopias e qual o seu lugar na história.

Podemos dizer que desde o século XVI e posteriormente, com a filosofia iluminista, cresceu a expectativa pela construção de uma sociedade justa e harmônica. A isso chamamos utopia, termo criado por Thomas More que significa, dentre outras possíveis acepções, lugar inexistente. Falar em utopia pressupõe construção, construção de um mundo ideal.

No entanto, o século XX foi um momento que, conforme aqui já analisado, a modernidade e as luzes do progresso são ofuscadas pela emergência de regimes totalitários e pela barbárie emblemática das guerras, estas emblematicamente tecnológicas. Tal como a Teoria Crítica, da Escola de Frankfurt, que assume a dianteira crítica dessa modernidade, narrativas literárias surgem para evidenciar o desequilíbrio e os danos que tínhamos e a necessidade de saná-los. Conforme destaca Hilário (2013, p. 206):

As distopias problematizam os danos prováveis caso determinadas tendências do presente vençam. É por isso que elas enfatizam os processos de indiferenciação subjetiva, massificação cultural, vigilância total dos indivíduos, controle da subjetividade a partir de dispositivos de saber etc. A narrativa distópica é *antiautoritária, insubmissa e radicalmente crítica*. As distopias continuam sendo utopias, no sentido que Jacoby (2001, p. 141) lhe deu, isto é, não apenas como a visão de uma sociedade futura mas como uma capacidade analítica ou mesmo uma disposição reflexiva para usar conceitos com a finalidade de visualizar criticamente a realidade e suas possibilidades.

Assim como *Fahrenheit 451*, *Admirável Mundo Novo* (Aldous Huxley, 1932) e *1984* (George Orwell, 1949) são conhecidas narrativas distópicas escritas em momentos em que o mundo experienciava um cenário de autoritarismo, guerras e controle ou a recente superação deles. Mais do que forjar um caráter pessimista do futuro, o objetivo desses autores era o de alertar, por meio da ficção e da crítica, as pessoas das ameaças que as rondavam.

O personagem central da obra de Bradbury é Guy Montag, um bombeiro que executa diligentemente a sua função, a de queimar livros, já que a tecnologia evoluiu tanto que todas as casas e construções eram à prova de fogo. Na inexistência dos incêndios, o único elemento que poderia ser chamuscado e deteriorado era o “periculoso” livro, cujo conteúdo era tido como vazio e gerador de conflitos.

No enredo da trama, ao conhecer sua vizinha, uma garota que o intriga por sua perspicácia e vivacidade e que contrastava com todos que o rodeavam, Montag descreve assim sua atividade profissional: “ – É um trabalho ótimo. Segunda-feira, Millay; quarta-feira, Whitman; sexta-feira, Faulkner. Reduza os livros às cinzas e, depois, queime as cinzas. Este é o nosso slogan oficial” (BRADBURY, 2016, p. 13).

Essa passagem revela um aspecto importante ao analisarmos a sociedade criada no romance: o cumprimento incondicional de ordens sem reflexão. A garota Clarissa possui um papel essencial na história, pois foi ela quem despertou em Montag o que Marcuse chama de

transcendência, ou de bidimensionalidade. Vemos isso através de reflexões que ela faz:

- Às vezes acho que os motoristas não sabem o que é grama, ou flores, porque nunca param para observá-las. [...] Se a gente mostrar uma mancha verde a um motorista, ele dirá: Ah sim! Isso é grama! Uma mancha cor-de-rosa? É um roseiral! Manchas brancas são casas. Manchas marrons são vacas. Certa vez, tiofo ia devagar por uma rodovia. Ele estava a sessenta por hora e o prenderam por dois dias (BRADBURY, 2016, p. 14).

Numa sociedade onde tudo é célere, elementos como a reflexão e a sensibilidade se tornam desbotados. Por essa razão, Clarissa é tão importante. Vemos no transcorrer do livro que ela pertencia a uma das famílias que insistiam em manter livros guardados e ainda os ler, ato este subversivo. Quando ela pergunta a Montag se este é feliz, ele se confunde pois nunca tinha parado para refletir o que é felicidade e como essa se manifesta.

A partir daí, o Montag unidimensional na lógica marcuseana começa a buscar a transcendência. O foco narrativo então se torna a perseguição gradativa que o bombeiro terá de enfrentar ao decidir se conectar ao universo da leitura e da reflexão. Outra passagem importante está numa das falas de Beatty, chefe de Montag na corporação de bombeiros. Ele é apresentado como uma referência aos oficiais por ser alguém que tem conhecimento dos livros que queima, algo incomum, e por isso mesmo, desmerecer o conhecimento e legitimar a ordem social vigente. Ao explicar a Montag o porquê de os livros começarem a ser proibidos, ele diz:

Primeiro, os livros apenas interessavam minorias, aqui e ali. Podiam permitir-se ser diferentes. O mundo era vasto. [...] Os filmes e a rádio, os magazines, os livros, foram nivelados, normalizados sob a forma de uma espécie de pasta de bolo. Estás a perceber? Os clássicos reduzidos para compor emissões de um quarto de hora na rádio, cortados de novo para darem extratos de dois minutos de leitura, enfim, arranjados para um resumo de dicionário de dez a doze linhas. [...] Mas para muita gente, Hamlet [...], para muita gente, dizia, Hamlet era apenas um resumo de uma página, num livro que declarava: "Finalmente, todos os clássicos ao seu alcance; o seu nível de conhecimentos igual ao do seu vizinho." Estás a ver o que quero dizer? Da sala das crianças ao colégio e do colégio à sala das crianças. Eis o traçado da curva intelectual para os últimos cinco séculos (BRADBURY, 2016, p. 56).

Tal passagem pode ser analisada como um alerta de Bradbury à limitação do conhecimento, da arte e da cultura. Marcuse também fala sobre isso ao descrever o homem unidimensional:

Na verdade, a falta de análise teórica desses trabalhos deixa cobertas e protegidas as raízes das condições descritas, mas, deixando-se que estas falem por si, elas o fazem suficientemente alto. Talvez a evidência mais reveladora se possa obter simplesmente vendo a televisão ou ouvindo o rádio durante uma hora inteira por alguns dias, sem desligar nos momentos dos anúncios, mudando-se vez por outra de estação (MARCUSE, 1973, p. 20).

4. Referências ao consumo e controle em *Fahrenheit 451*

A crítica à TV como uma mídia que limita o indivíduo e o artificializa está presente em outros trechos da obra, como exemplo os momentos em que a esposa de Montag, Mildred, passa horas e horas vendo telenovelas que causavam nela a ilusão de se considerar parte do elenco, uma "família", pelo simples fato de o programa usar o recurso de pausar a cena e possibilitar ao espectador "interagir" com os atores. Montag, em busca de emancipação ao começar a ter contato com os livros, se choca ao constatar que a esposa não tinha a capacidade de perceber a limitação e a real estrutura deste recurso. Ainda sobre a TV em *Fahrenheit 451*,

podemos associar o livro, uma mídia resultante do advento da sociedade moderna, à "alta" cultura e os produtos da indústria cultural à cultura massiva, tais como a TV e os quadrinhos, ou seja, produtos em que a imagem tem prevalência sobre a escrita e que funcionariam como veículos perfeitos para a manutenção de um *status quo* alienador e alienante (RIBEIRO et al, 2007, p. 4).

A propaganda e o consumo estão presentes no livro de Bradbury. Em certo momento que tenta memorizar trechos da Bíblia, Montag se perde entre o texto de um dos evangelhos e um anúncio de creme dental (BRADBURY, 2016, p. 76). Clarissa, no diálogo inicial com Montag provoca: "O que mais falam é de marcas de carros ou roupas ou piscinas e dizem: 'que legal!'. Mas todos dizem a mesma coisa e ninguém diz nada diferente de ninguém" (BRADBURY, 2016, p. 34).

De acordo com o pensamento de Marcuse, além do uso da tecnologia limitar o ser humano pelo consumo e pelo lucro, a repressão e a violência também são uma possibilidade. Isso é perceptível no romance que estamos analisando. Um elemento muito curioso criado por Bradbury, é um sabujo mecânico. Este cão-robô era um aliado dos bombeiros no serviço de perseguir os infratores-leitores. Ao descrever a invenção, Montag constata que sua função e programação seria "caçar, localizar e matar" (BRADBURY, 2016, p. 31).

Na sociedade distópica de *Fahrenheit 451*, onde o controle ganha força tanto pelo autoritarismo da cultura e do consumo quanto pela repressão física, é importante salientar o caráter simbólico do fogo neste processo. Como nos relembram Cantarella e Silva (2010, p. 144):

Na mitologia grega, o fogo era uma dádiva apenas dos deuses, mas Prometeu o entregou aos homens, que a partir desse presente criaram todo o conhecimento científico. Na Bíblia, o fogo é um símbolo de purificação. O Deus bíblico mandou fogo dos céus para destruir as cidades pecadoras de Sodoma e Gomorra. Em toda a história, fictícia ou não, o fogo tem um papel simbólico imprescindível. [...] [Em] *Fahrenheit 451*, o fogo apresenta uma conotação adversa, pois destrói o que o governo e a sociedade pregam como inimigo da felicidade, os livros; mas para os cidadãos insurgentes, os que ousam continuar como leitores audaciosos de livros, o fogo significa a destruição da liberdade.

Na própria narrativa, Montag é interrogado e seduzido por Beatsy, seu chefe bombeiro, a desistir de lutar contra o sistema, abandonar as leituras e voltar a ser um homem ordinário, ou para Marcuse, unidimensional. Ao perceber que não iria demovê-lo de sua nova vida, as ameaças são duras e revelam a barbárie própria daquela civilização:

O que é o fogo? É um mistério. Os cientistas nos oferecem jargões pomposos sobre a fricção e as moléculas. Mas realmente não sabem. Sua verdadeira beleza é que ele destrói a responsabilidade e as consequências. Se um problema se torna estorvo pesado demais, para a fomalha com ele. Agora, Montag, você se tornou um estorvo. E o fogo tirará você de cima dos meus ombros, de modo limpo, rápido, seguro (BRADBURY, 2016, p. 109).

Podemos dizer que o cenário aterrador descrito por Bradbury em *Fahrenheit 451* traz consigo elementos e características muito próximas da sociedade industrial criticada por Marcuse. Os indivíduos desse enredo, são exemplos de homens unidimensionais, massa alienada e rebaixada incapaz de subverter o funcionamento desta engrenagem alienante e alcançar o desenvolvimento pleno das suas faculdades humanas, a transcendência. No entanto, seria essa uma visão puramente fatalista e determinista? Discorreremos sobre isso na próxima seção deste capítulo.

5. A emancipação do homem unidimensional e a bidimensionalidade de Montag

O Homem unidimensional de Marcuse, embora se encontre num estágio de limitação, pode vislumbrar saídas. A reflexão sobre como se dá a busca pela transcendência e pela emancipação está presente no pensamento marcusiano. De acordo com Ferreira (2018, p. 31):

O que chama atenção na perspectiva marcuseana, é que, ainda que em seus escritos ele demonstra um certo pessimismo e negativismo em relação a sociedade capitalista, ele também apresenta uma certa confiança na razão. Para Marcuse, é a razão que levará o homem para além daquilo que lhe é imposto, qual seja, olhar além das aparências para a visualização da verdadeira realidade.

No que se refere à *Fahrenheit 451*, a sociedade descrita por Bradbury, tirânica, autoritária e limitadora, pode também buscar um caminho para a emancipação. O desfecho da história acontece nos bosques e nas matas com a descrição de uma sociedade alternativa, a dos homens-livros. O próprio Montag termina ali. Nessas comunidades paralelas, os seus integrantes encarnam a memória dos livros queimados: cada um deles decora e recita uma obra literária em sua íntegra. A missão que eles assumem é a de lembrar o que a sociedade esqueceu, queimou.

Faz-se importante destacar “sociedade”, pois na obra de Bradbury, diferente de outras narrativas distópicas, onde surgiu um projeto de dominação que impôs de modo arbitrário uma nova realidade, ali as próprias pessoas foram formando, de maneira orgânica, esta cultura superficial. Beatsy explica isso a Montag:

Aí está, Montag, A coisa não veio do Governo. Não houve nenhum decreto, nenhuma declaração, nenhuma censura como ponto de partida. Não! A tecnologia, a exploração das massas e a pressão das minorias realizaram a façanha. Graças a Deus” (BRADBURY, 2016, p. 59).

Dessa maneira, Ray Bradbury escreve o seu livro como um alerta. Assim como Marcuse escreve como uma advertência. Um dos caminhos para a emancipação do homem unidimensional está na reflexão acerca da tecnologia. O filósofo Andrew Feenberg denomina isso como a democratização da tecnologia. Democratização aqui deve ser entendida não como mera ampliação do acesso à tecnologia e sim sobre o caráter do seu uso, já que ela, a tecnologia, não é neutra. Para

Feenberg, “a tecnologia aparece [...] como um campo de batalha e não como um destino irrevogável” (LOPES, 2015, p. 125).

Ao refletir sobre a emancipação do homem unidimensional, Feenberg (2010, p. 321) comenta:

Marcuse concluiu que a ciência e a tecnologia precisam ser reformadas nos seus níveis mais fundamentais, no próprio nível da racionalidade tecnológica. Ele escreveu: “A liberdade, de fato, depende muito do progresso técnico, dos avanços da ciência. Mas esse fato facilmente obscurece a pré-condição essencial: a fim de se tornar veículos de libertação, a ciência e a tecnologia teriam que mudar sua direção e seus objetivos atuais; elas teriam que ser reconstruídas de acordo com uma nova sensibilidade de demandas dos instintos de vida. Então alguém poderia falar de uma tecnologia de libertação, produto de uma imaginação específica livre para projetar e esboçar as formas de um universo humano sem exploração e labuta”.

Cabe destacar aqui o aspecto às vezes pouco lembrado acerca da filosofia de Marcuse e da distopia de Ray Bradbury: a possibilidade emancipatória. Numa sociedade cada vez mais tecnológica, urge pensar em como lidar com os limites e as possibilidades impostas pelo avanço da técnica. Mesmo porque, a técnica depende do ser humano para se concretizar.

6. Considerações finais

Ao considerarmos os elementos críticos que Bradbury utilizou em sua narrativa ao diagnosticar a sociedade em que estava inserido podemos nos assustar com as similitudes do cenário em que estamos, décadas depois. Aliás, quando vemos bem, diversos dos aspectos que tanto o literato quanto o filósofo destacaram nas obras aqui analisadas parecem potencializados, quando consideramos o papel que o consumo tem em nossas vidas, atreladas às mídias sociais e ao algoritmo que a configura. Nossas atividades parecem norteadas pelo consumo e pelos estímulos que este nos provoca.

Tal qual Montag, o personagem do romance, quando tomamos consciência disso, parecemos atormentados e sem saída. Tal qual assevera Marcuse, nos encontramos limitados, unidimensionais, ao sermos enredados neste contexto. A relevância deste trabalho consiste, portanto, mais do que em fornecer respostas, trazer à tona essas inquietações, a partir das obras referenciadas.

Referências

- BASTOS, Rogério Lustosa. Marcuse e o homem unidimensional: pensamento único atravessando o Estado e as instituições. **R. Katál**, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 111-119, jan./jun. 2014.
- BRADBURY, Ray. **Fahrenheit 451**. São Paulo: Mediafashion, 2016.
- CANTARELA, Roberta; SILVA, Acir Dias da. *Fahrenheit 451*: o vazio da memória num mundo sem livros. **Uniletras**, Ponta Grossa, v. 32, n. 1, p. 137-153, jan./jun. 2010.
- FEENBERG, Andrew. **O que é a filosofia da tecnologia?** Trad. Agustín Apaza, com revisão de Newton Ramos de Oliveira. Disponível em: https://www.sfu.ca/~andrewf/Feenberg_OQueEFilosofiaDaTecnologia.pdf. Acesso em: 8 dezembro 2020.
- FEENBERG, Andrew. A tecnologia pode agregar valores? A reposta de Marcuse para a questão da época. In: NEDER, Ricardo T. (Org.). **Andrew Feenberg**: racionalização democrática, poder e tecnologia. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina; Centro de Desenvolvimento Sustentável - CDS. Ciclo de Conferências Andrew Feenberg. Série Cadernos: CCTS - Construção Crítica da Tecnologia & Sustentabilidade, 2010. v. 1, n. 3.
- FERREIRA, Camila Duarte. **A dupla dimensão da tecnologia em Herbert Marcuse**. 2018. 99 f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Universidade Federal do Ceará, Fortaleza (CE). 2018.
- HELLER, Agnes. **Uma teoria da História**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1993.
- HILÁRIO, Leomir Cardoso. Teoria Crítica e Literatura: a distopia como ferramenta de análise radical da modernidade. **Anuário de Literatura**, Florianópolis, v. 18, n. 2, p. 201-215, 2013.

LOPES, Wendell Evangelista Soares. Andrew Feenberg e a bidimensionalidade da tecnologia. **Revista de Filosofia Aurora**, Curitiba, v. 27, n. 40, p. 111-142, jan./abr. 2015.

MARCUSE, Hebert. **A ideologia da sociedade industrial**: o homem unidimensional. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1973.

MARCUSE, Hebert. **Guerra, tecnología y fascismo**: textos inéditos. Medellín: Editorial Universidad de Antioquia, 2001.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. São Paulo: Penguin Classics; Companhia das Letras, 2012.

RIBEIRO, Leila Beatriz; WILKE, Valéria Cristina L; OLIVEIRA, Carmen Irene C. de; JANUÁRIO, André da Silva; DAMASCENO, Wagner Miquéias Félix. Fahrenheit 451: sobre homens-livro e bombeiros incendiários, a oposição informação imagética x escrita. **Revista Morpheus** - Estudos Interdisciplinares em Memória Social, Rio de Janeiro, v. 6, n. 11, mar. 2015.

A FIGURA DA BRUXA E LUTA CONTRA O PATRIARCADO NA NARRATIVA SUBVERSIVA DE "O MUNDO SOMBRIO DE SABRINA"

Cristiano Rantin*

1. Introdução

O Mundo Sombrio de Sabrina, série lançada em 2018 pela plataforma de *streaming* Netflix, chegou em sua conclusão em janeiro de 2021, após quatro temporadas. A produção é uma adaptação em *live-action* da história em quadrinhos de mesmo nome, publicada pela primeira vez em 2014. Ambos os projetos são assinados por Roberto Aguirre-Sacasa, e contam uma história mais obscura da jovem feiticeira, Sabrina Spellman, uma meia-bruxa adolescente que precisa decidir se fará um pacto demoníaco e servirá Satã pela eternidade, renunciando sua vida mundana e seus amigos para conquistar mais poder.

A nova representação de Sabrina marca uma mudança total em como a personagem é retratada. Willians (2018) explica que a personagem surgiu pela primeira vez na edição 22 de *Archie's Mad House*, em 1962, sendo criada por George Gladir e Dan DeCarlo. Ela rapidamente conquistou o público e em 1971 ganhou seu próprio desenho animado e a HQ *Sabrina, The Teen-age Witch*. Em 1996, a personagem recebeu a adaptação *Sabrina, Aprendiz de Feiticeira*, um filme em *live-action* que posteriormente foi transformado em um seriado de grande sucesso, indo ao ar até 2003 e contando com 163 episódios e dois filmes derivados: *Sabrina vai à Roma*, de 1998, e *Sabrina vai à Austrália*, de 1999. Enquanto isso, a personagem continuou ganhando novos títulos nos quadrinhos e desenhos animados, além de aparecer nas histórias de Archie. Em 2013, Sabrina surgiu com uma versão mais sombria em *Afterlife with Archie*, e devido ao sucesso da nova interpretação da

* Mestrando em Comunicação na Universidade Estadual de Londrina (UEL), com orientação do professor André Azevedo da Fonseca.

personagem, Aguirre-Sacasa lançou a HQ *O Mundo Sombrio de Sabrina* em 2014.

Figura 1 – Sabrina em sua primeira HQ e em "O Mundo Sombrio de Sabrina"



Fonte: Syfy Wire e Revista Galileu.

Na obra, Sabrina foi transformada em uma feiticeira abertamente satânica, personificando os estereótipos negativos da figura da bruxa. Esses elementos foram levados para o seriado da Netflix e Sabrina e sua família mergulham fundo nos aspectos mais grotescos do mito da bruxa, que eram recorrentes na descrição das feiticeiras demoníacas dos séculos XVI e XVII, estando diretamente envolvidas com heresia, inversão das liturgias cristãs, infanticídios, canibalismo, necrofagia, pactos demoníacos e até mesmo relações sexuais com o Diabo.

Segundo Thomas (1971), uma bruxa poderia ser qualquer pessoa – ainda que, na maioria das vezes, fosse uma mulher – que causasse o mal através de meios escusos. A demonização dessa figura ganhou força quando feiticeiras foram associadas com a heresia, visto que

acreditavam que seus poderes surgiriam de um pacto diabólico. Portanto, "prejudicando ou não os demais, a bruxa merecia morrer pela sua deslealdade a Deus" (THOMAS, 1971, p. 357).

Essa visão é reforçada com a *Summis desiderantes affectibus*, bula papal de Inocêncio VIII em 1484, que detalhava os males dos quais uma feiticeira era capaz. Através deste documento, Heinrich Kraemer e James Sprenger publicaram pela primeira vez, em 1486, na Alemanha, o *Malleus Maleficarum*, também conhecido como "O Martelo das Feiticeiras". Segundo Alexander e Russell (2019, p. 102), o livro se tornou tão popular que "esmagou a tradição moderada que dominava a Igreja Católica" e fez com que sua teoria sobre bruxas suplantasse as práticas dos tribunais. De acordo com o *Malleus Maleficarum*, eram quatro pontos essenciais que definiam uma bruxa: a renúncia da fé católica, a devoção de corpo e alma para o mal, o sacrifício de crianças e as orgias que contavam com relações sexuais com o Diabo. "Além disso, declarava ser típico das bruxas mudar de forma física, voar, profanar os sacramentos cristãos e fabricar unguentos mágicos" (ALEXANDER; RUSSEL, 2019, p. 102). Todos esses elementos negativos estão presentes em *O Mundo Sombrio de Sabrina*, aparecendo com poucas alterações.

Com o passar dos anos, a bruxa foi abraçada pelo feminismo, se tornando um símbolo de luta e poder. De acordo com Zwissler (2018), essa relação entre a figura da bruxa e o movimento apareceu pela primeira vez durante o Movimento das Sufragistas (1880 – 1920), quando as feiticeiras foram usadas como símbolos de resistência e reflexo da monstruosidade dos opressores. Entre 1960 e 1970, quando o feminismo voltou a ganhar força na sociedade, elas reapareceram de forma positiva neste discurso, especialmente na segunda fase do movimento, que sugeriu que mulheres foram demonizadas e punidas por desobedecerem às normas sociais – uma interpretação empoderadora para as feiticeiras, que se tornou uma figura feminista rebelde abraçada pela cultura popular. "Essa posição crítica entendia a bruxa como uma

metáfora para a resistência feminina, como representantes das mulheres que levavam vidas não convencionais [...] e que foram punidas por isso." (MOSELEY, 2002, p. 409-410, tradução nossa)¹.

O objetivo deste capítulo é realizar uma revisão bibliográfica de pesquisas no campo da Comunicação e analisar as produções acadêmicas sobre o seriado *O Mundo Sombrio de Sabrina*. Para isso utilizamos a pesquisa bibliográfica dialética, conforme definida por Lima e Miotto (2007), uma ferramenta que facilita o acesso de um amplo conjunto de informações, o que resulta em uma melhor definição do objeto estudado, além de um aprofundamento na análise.

Levando em consideração que pesquisadores, críticos e jornalistas definiram *O Mundo Sombrio de Sabrina* como uma obra feminista que apresenta "uma nova era onde a 'bruxa' se tornou um símbolo das batalhas femininas para tomar a autoridade sobre seus corpos e suas identidades" (LOUGHREY, 2018, tradução nossa)², o estudo se faz relevante uma vez que compreender a representação das bruxas nas mídias é também estudar a representação das mulheres, pois como Barstow (1995) e Federici (2019) ressaltam, é impossível falar sobre bruxas sem falar sobre as mulheres, uma vez que o contexto de violência contra mulheres está muito presente na construção da figura da bruxa e seus estereótipos.

Para o levantamento bibliográfico, o parâmetro cronológico não chegou a ser um fator relevante como critério de seleção, visto que o seriado é uma produção recente; já no parâmetro temático, consideramos apenas pesquisas que investigaram as questões sociais e políticas presentes em *O Mundo Sombrio de Sabrina*, em especial sobre o feminismo e a relação com a figura da bruxa na série; os idiomas

¹ No original: "This critical position understood the witch as a metaphor for female resistance, witches as representative of women who lead unconventional lives [...] and who were punished for this."

² No original: "The witch was still, in a way, an image of perfected femininity, but one now finally under the control of women, who could use it project their own ideas of empowerment."

priorizados no parâmetro linguístico foram inglês e português. Analisando com cuidado os materiais que atendiam a estes critérios, selecionamos quatro artigos para o estudo.

A partir da leitura e interpretação, encontramos resultados originais sobre representações de gênero nas mídias (YONEKURA, 2020) movimentos feministas (HENESY, 2020) e outros problemas contemporâneos (STEINKE, 2019), como também o debate sobre racismo na obra (FRANCO, 2020). Naturalmente, uma das abordagens mais frequentes diz respeito à discussão sobre os estereótipos negativos da figura da bruxa nos meios de comunicação (HENESY, 2020).

2. Feminista Herege

Discutindo o feminismo contemporâneo e a representação da bruxaria em *O Mundo Sombrio de Sabrina*, Steinke (2019) destaca que a série trabalha o corpo da bruxa e sua sexualização, criando um corpo político que vai contra o patriarcado, além de ter uma narrativa que reflete preocupações atuais da sociedade, como os movimentos #MeToo e #BelieveHer³, criados para combater a masculinidade tóxica, abuso, *slutshaming*⁴ e a culpabilização da vítima.

Comparando o seriado com outras produções atuais protagonizadas por feiticeiras, como *A Bruxa* e *American Horror Story: Coven*, a pesquisadora afirma que a nova série de Sabrina se destaca por elaborar uma representação da autonomia feminina, com a primeira temporada sendo inteiramente focada em temas como consentimento,

³ Criado por Tarana Burke em 2006, o movimento #MeToo surgiu como uma resposta contra o abuso sexual. Nos últimos anos, o movimento ganhou destaque após as denúncias contra Harvey Weinstein, ressurgindo como uma forma das mulheres se apoiarem. Já o #BelieveHer tem como objetivo criar uma rede de apoio para que as denúncias não sejam desacreditadas pela mídia, autoridades ou sociedade.

⁴ Equivalente a "tachar de vadia" em português, prática definida por muitos como um processo no qual mulheres são atacadas, inferiorizadas e oprimidas por supostas transgressões a conduta sexual aceitável em uma sociedade conservadora -- como uso de roupas tidas como provocantes, controle de natalidade e prática sexual antes do casamento.

luta pela liberdade e, principalmente, direito de dizer "não" para as principais figuras masculinas da trama – representadas no líder religioso das bruxas, Padre Blackwood, e no próprio Satã.

Steinke (2019) defende que o corpo da bruxa foi transformado em um símbolo de resistência, por agir contra as restrições heteronormativas, binárias e patriarcais que são impostas sobre as os corpos femininos. Segundo ela, a relação do seriado com o movimento #MeToo fica mais evidente quando analisamos a jornada de Roz, a amiga humana de Sabrina, em sua luta contra a censura em sua escola. Ainda que as duas jovens enfrentem figuras masculinas diferentes e estejam em outros contextos de opressão, elas se entendem e se apoiam na luta contra o machismo, se unindo em um ato de resistência e rebeldia contra o sistema.

Ao discorrer sobre as críticas que a série recebeu, a opinião de Rob Sheffield (2019 apud STEINKE, 2019, p. 3), crítico da Rolling Stone, é destacada pela pesquisadora. De acordo com ele as versões otimistas da Sabrina dos anos 1970 e 1990 seriam vistas como absurdas nos dias de hoje, pois *O Mundo Sombrio de Sabrina* é uma série sombria para tempos sombrios, apresentando uma protagonista que é símbolo de resistência contra o patriarcado e as manipulações que as mulheres sofrem na sociedade.

Figura 2 – Sabrina sendo julgada por Padre Blackwood

Fonte: Syfy Wire.

Analisando os eventos do primeiro episódio, que mostra Sabrina tendo dúvidas sobre fazer seu pacto com Satã, por não querer renunciar à sua vida mortal, Steinke (2019) lembra que a bruxa é enganada por Padre Blackwood, que promete que a jovem terá sua liberdade após o seu "Batismo Sombrio". Esse não é o caso, como Sabrina descobre durante a cerimônia, quando é informada que teria que ser submissa ao diabo uma vez que finalizasse o rito. Diante da informação, a bruxa se rebela contra ambos, o padre e Lúcifer, o que resulta no julgamento da feiticeira. Como a autora argumenta, é neste evento que temos as maiores metáforas para como vítimas de abuso sexual são tratadas pelas autoridades no mundo real.

Entre as acusações que pesam contra Sabrina estão as roupas que a protagonista estava usando – um vestido de noiva – e o fato de ela ter ido até a floresta de noite, com a clara intenção de "consumar o ato". Exposta diante do seu coven, o grupo de bruxas da qual ela faz

parte, Sabrina é chamada de vagabunda e traidora pela comunidade. A autora reitera que *O Mundo Sombrio de Sabrina* trabalha temas como assédio de uma forma didática, fazendo com que seja fácil entender o que está acontecendo. Dessa forma, ao utilizar conceitos feministas, a produção examina e explicita os comentários envolvendo a "cultura do estupro" presente na nossa sociedade.

Steinke (2019) conclui que, durante os últimos anos, a figura da bruxa passou por inúmeras transformações na cultura pop, sendo utilizada para discutir temas sociopolíticos. Isso é semelhante ao gênero gótico – do qual, segundo a pesquisadora, *O Mundo Sombrio de Sabrina* faz parte – empregado por autores para desafiar ideais políticos e falar sobre as preocupações e experiências sociais. Portanto, Sabrina se torna uma metáfora para os movimentos feministas contemporâneos, usando de outros recursos narrativos para ressignificar as bruxas e a feminilidade.

Indo além, a pesquisadora destaca a maneira que o seriado retrata as feiticeiras, pois desafia o público na maneira em que as apresenta como figuras que estão entre o bem e o mal, mostrando que "bruxas só são consideradas forças do caos por terem controle sobre si mesmas, seus corpos, e por desafiar ativamente momentos de injustiça por meio da energia e do mundo ao seu redor" (STEINKE, 2019, p. 17, tradução nossa)⁵. Dessa forma, *O Mundo Sombrio de Sabrina* apresenta o corpo da bruxa como um pesadelo sociopolítico, uma vez que ele desafia nossos preconceitos sobre a autonomia corporal e se rebela, ao mesmo tempo em que continua acessível ao público.

Levando em conta o cenário político atual, Steinke (2019) finaliza afirmando que os temas debatidos na série fazem com que *O Mundo sombrio de Sabrina* se torne essencial para as mulheres – sejam elas

⁵ No original: "witches are only considered as forces of chaos since they retain control over themselves, their bodies, and actively challenge moments of injustice through of energy and the world around them."

cisgênero, transgêneros ou não-binárias – por ser um símbolo de resistência.

3. Voz da Resistência

Analisando a relação entre políticas feministas contemporâneas e *O Mundo Sombrio de Sabrina*, Henesy (2020) discorre sobre como Sabrina é reapresentada ao público como uma jovem inspirada por personagens góticas da mídia. A autora também discute como a série utiliza a linguagem de rebelião política e a história da bruxaria como recurso narrativo, criando diálogos com outras produções e movimentos sociais, ao mesmo tempo que se relaciona com questões do feminismo e a identidade das vítimas de abuso.

Após abordar a evolução da personagem na mídia, Henesy (2020) aponta que a jovem bruxa se tornou uma feminista da nova geração por lidar com problemas que são atuais na sociedade em que vivemos. A autora destaca que em *O Mundo Sombrio de Sabrina*, a relação da personagem com seu lado obscuro é a principal narrativa do seriado, o que se torna uma metáfora para o amadurecimento e empoderamento feminino, explorando o papel de uma jovem bruxa politizada em um mundo machista.

Ativamente política, a nova Sabrina está consciente do patriarcado sistêmico que a oprime, e luta ao lado de suas amigas para criar uma irmandade contra essa cultura masculina. Essa percepção da pesquisadora também foi compartilhada pela crítica especializada, que elogiou a clara mensagem feminista do projeto, como fez Richard Andrews (2018 apud HENESY, 2020 p. 2) do *The Guardian*, que descreveu Sabrina como a personificação de um novo tipo de bruxa: jovem, militante, libertária e socialmente consciente.

Discordando do criador da série, Roberto Aguirra-Sacasa (Turchiano, 2018, apud HENESY, 2020 p. 2), que defende que a produção faz parte do gênero "horror psicológico", Henesy (2020) argumenta que *O Mundo Sombrio de Sabrina* faz parte do gênero gótico e é integrada a chamada figura gótica. Para ela, isso é muito importante, uma vez que o gênero permite explorar a experiência feminina que acaba reprimida em outros gêneros fílmicos.

Lembrando que a ficção gótica sempre foi conhecida por dar voz a entidades liminares e não bem definidas, Henesy (2020) explica que esse é o caso de Sabrina, presa em sua natureza de meio-bruxa e meio-mortal, o que faz com que ela seja vista como algo impuro e que precisa ser normalizado – através do pacto – para que a sociedade a aceite. E é a partir disso que vemos a rebelião de Sabrina contra o Senhor das Trevas, algo que é espelhado na batalha das amigas dela no mundo mortal, o que resulta em um embate multifacetado contra o patriarcado.

Figura 3 – Sabrina durante o seu Batismo Sombrio, antes de assinar o nome no livro da Besta



Fonte: Junkee

Após contextualizar o "pós-feminismo" como um movimento que, segundo McRobbie (1999 apud HENESY, 2020, p. 4), não encara o feminismo como algo necessário por defender que a igualdade entre os gêneros já foi alcançada, Henesy (2020) afirma que a versão de Sabrina dos anos 1990 entra nessa categoria. Contudo, *O Mundo Sombrio de Sabrina* difere muito desta corrente de pensamento, uma vez que Sabrina age através de um profundo desejo de igualdade e equidade, tendo mulheres que são politicamente ativas em sua narrativa. A autora destaca que a nova versão da feiticeira pode ser definida como um "feminismo da nova geração" e é por esse motivo que vemos Sabrina utilizando símbolos e slogans da luta feminista, elementos usados de forma cuidadosa e profunda como uma ferramenta para mobilizar pessoas e reavivar a memória cultural dessas lutas.

A autora argumenta que, assim como defendido por Sollée (2017 apud HENESY, 2020, p. 4), jovens mulheres encontram na bruxa uma reclamação do poder feminino, vendo estas figuras como símbolos de superação da opressão. Com isso, a pesquisadora reforça que o seriado utiliza das questões políticas da bruxa e do feminismo "para criar personagens que estão redescobrimdo a linguagem, textos e argumentos da segunda onda feminista para articular sua frustração ideológica no presente" (HENESY, 2020, p.4, tradução nossa)⁶.

Citando Purkiss (1996 apud HENESY, 2020, p. 6), a pesquisadora observa que a bruxa se tornou uma figura protofeminista no século XX, quando foi transformada em uma "irmã do passado" e figura central da história feminina. Subvertendo expectativas, *O Mundo Sombrio de Sabrina*, como explicado por Aguirre-Sacasa em uma entrevista (Turchiano, 2018 apud HENESY, 2020, p. 5), trabalha a figura da bruxa para

⁶ No original: "to create characters who are rediscovering the language, texts and arguments of second-wave feminism to articulate their ideological frustration in the present."

lidar com esses assuntos de forma paradoxal, pois ainda que sejam poderosas, as feiticeiras da série continuam sujeitas a um papel inferior dentro do patriarcado, sendo oprimidas por figuras de autoridade do seu *coven*, Satã e as demais bruxas.

Contudo, essa narrativa ganha um contraste através de Sabrina, que chega para questionar, desobedecer e antagonizar as figuras patriarcais, tanto do mundo mortal quanto o das feiticeiras. Henesy (2020) defende o papel feminista da protagonista, que inspira outras mulheres – como sua tia e a antagonista Madame Satã, também conhecida como Lilith – a lutarem contra o sistema. Com isso, a nova série se distingue das animações e da *sitcom* que a personagem já teve, justamente por ter uma história mais consciente que emprega, de forma deliberada, textos e produções anteriores sobre feminismo, horror gótico e bruxaria, sempre visando expandir a discussão sobre esses temas. Portanto “sim, ‘O Mundo Sombrio de Sabrina’ é sobre bruxas, mas também é sobre preconceito, empoderamento feminino e a quebra das normas sociais” (HENESY, 2020, p. 7, tradução nossa)⁷.

Discorrendo sobre o anacronismo temporal, um elemento clássico da narrativa gótica que está muito presente na série, Henesy (2020) sugere que este recurso foi empregado de forma proposital, nublando as barreiras do tempo e criando uma sensação de assombro diante do indefinido. Através do anacronismo cria-se uma sensação de que os personagens estão enfrentando problemas que são, ao mesmo tempo, ultrapassados e atuais, o que seria uma forma da série se distanciar ainda mais do pós-feminismo, passando a mensagem de que a segunda onda feminista é necessária.

⁷ No original: “yes Chilling Adventures is about witches, but it is also about prejudice, female empowerment and the queering of social norms.”

Assim como Steinke (2019), Henesy (2020) também aborda a maneira que a série trabalha temas como consentimento e a visão machista sobre o corpo da mulher, utilizando o julgamento de Sabrina como exemplo. Considerada "culpada até que se prove inocente", a bruxa é bombardeada por perguntas que, no mundo real, são recorrentes em casos de abuso, sendo parte de uma tentativa de culpabilizar a vítima. Para a autora, utilizar a linguagem desses julgamentos reais é uma forma de se conectar com o público-alvo da série, dialogando com os problemas contemporâneos que afetam as mulheres. "Como observa Sollée, a palavra 'bruxa' foi usada para punir mulheres e 'policiar a sexualidade feminina' por séculos, mas agora 'vagabunda' se tornou o epíteto condenatório. (SOLLÉE, 2017, p.13 apud HENESY, 2020, p. 12, tradução nossa).⁸

Henesy (2020) conclui que *O Mundo Sombrio de Sabrina* apresenta uma personagem que já é bem conhecida, mas que chega para desafiar o que sabemos sobre ela. Ao introduzir uma nova Sabrina como uma personagem gótica, feminista e politicamente consciente, a narrativa encontra sucesso por mostrar a protagonista como uma mulher que comete erros, mas que continua lutando pelo direito de liberdade individual e pelo que acredita ser correto. A autora finaliza defendendo que, ao criar um senso temporal único, o seriado destaca que os problemas que as personagens enfrentam são contemporâneos e atemporais, e que questões que imaginávamos já terem sido resolvidas ressurgiram reconfiguradas nos últimos anos. Portanto, segundo Henesy (2020), *O Mundo Sombrio de Sabrina* é uma obra que lembra as jovens mulheres a não aceitar essas injustiças, sugerindo que elas deveriam se unir para enfrentar a opressão do patriarcado branco.

⁸ No original: "As Sollée notes, the word 'witch' was used to punish women and 'police female sexuality' for centuries, but "now 'slut' has become the damning epithet that is de rigueur."

4. Satã Patriarcal

Com o objetivo de analisar as relações entre Lúcifer na mitologia cristã, o machismo e as relações de gênero e poder presentes na narrativa de *O Mundo Sombrio de Sabrina*, Yonekura (2020) estuda a oposição contra Satã formada por Sabrina, suas tias e seus aliados, como se torna o caso de Lilith. Centrando sua pesquisa no Cristianismo, o estruturante do patriarcado ocidental e o tema central da segunda temporada da série, a autora parte do princípio que, visto que várias religiões e mitos foram interpretados a partir do viés da materialização da dominação patriarcal, é preciso compreender que essa estrutura tem origem na propriedade privada – conforme definiu Engels (1884 apud Yonekura 2020, p. 120) – e que marca a opressão feminina.

Segundo Yonekura (2020), Lilith, a personagem de grande importância na série, é uma figura mitológica que é a epítome da posição da mulher na sociedade patriarcal. Contextualizando a entidade ao citar Carvalho (2009 apud YONEKURA 2020, p.121), é dito que o alfabeto de Ben Sira mostraria como a presença de Lilith se encaixaria na gênese cristã, sustentando que, no relato bíblico, Deus criou simultaneamente homem e mulher; mas posteriormente a criação de Eva, a partir da costela de Adão, é narrada em outra passagem. Por conta disso, há uma grande controvérsia entre os judeus, que questionam quem seria a primeira esposa de Adão.

Ben Sira responde a estas perguntas com o seguinte conto. [...] Depois que Deus criou Adão e Lilith, seguiu-se uma briga entre o casal porque ela não "deitaria embaixo" de Adão durante a relação sexual. Lilith questionou a própria natureza da relação desde que ela e Adão foram criados iguais a partir da mesma substância, a terra. Depois que Adão denunciou a igualdade de Lilith com ele, ela proferiu o "Nome Inefável" de Deus e voou, partindo do Éden. (CARVALHO, 2009 apud YONEKURA 2020, p.121)

De acordo com Yonekura (2020), é importante analisar a maneira que a punição de Lúcifer e Lilith foram diferentes, mesmo que ambos tenham se rebelado contra a ordem cristã, a estrutura patriarcal se mantém até mesmo neste caso. "Enquanto Lilith é uma figura apócrifa cuja história é exógena ao cânone, por exemplo, do catolicismo e do evangelismo, Lúcifer – como anjo caído ou estrela da manhã – tem sua história amplamente conhecida e divulgada" (YONEKURA, 2020, p. 121), com sua queda sendo descrita em vários capítulos da Bíblia que também narra seus feitos como opositor de Deus.

A autora cita o estudo de Graves (1924 apud YONEKURA, 2020, p. 121), que compara Satanás e Jesus como entidades equivalentes, uma vez que ambos utilizavam, respectivamente, os títulos de "Estrela da Manhã" e "Estrela Brilhante do Dia", dois nomes para o mesmo astro. Reafirmando a similaridade entre os dois, a pesquisadora defende que Lúcifer é uma figura necessária para a manutenção da base patriarcal da religião hebraico-cristã. Assim, sendo o opositor legítimo do Deus Cristão, o papel de Satã na mitologia define que "qualquer projeto político oposto ao de Deus será, também, liderado por uma figura masculina, obliterando a possibilidade da oposição fora do domínio da patriarcalidade (como se percebe com a figura de Lilith)". (YONEKURA, 2020, p. 121).

Em *O Mundo Sombrio de Sabrina*, Lúcifer não aceita oposição alguma, especialmente entre as mulheres, e usa da força bruta para conseguir uma obediência cega dos seus seguidores. Para a autora, isso reafirma o papel dele dentro da estrutura de poder, usando seu controle principalmente sobre Lilith, ainda que, na trama, os dois tenham se unido após a queda do paraíso, ela assume um papel de inferioridade diante da autoridade masculina do diabo.

Ao analisar a trama da série, a autora destaca a inversão nas liturgias e estruturas religiosas, ressaltando como Sabrina desafia as barreiras do gênero e o controle que o Senhor das Trevas e as figuras da Igreja da Noite tem sobre seu corpo. Essa rebelião culmina na união de Sabrina, suas tias, amigos e da própria Lilith, criando uma resistência contra Lúcifer e Padre Blackwood, o líder do *coven* que organizava uma contrarreforma misógina para dominar as bruxas. Ao longo da temporada, a revolta feminina é bem-sucedida e a segunda temporada se encerra com Lilith sendo coroada como a nova Senhora das Trevas, assumindo um lugar que antes pertencia a Satã.

Figura 4 – Lilith coroada como a nova Senhora das Trevas



Fonte: Observatório do Cinema

Yonekura (2020) conclui que, como a crescente presença das discussões sobre feminismo nas obras audiovisuais, *O Mundo Sombrio de Sabrina* traz uma perspectiva antipatriarcal apresentando a luta contra o sistema com Lúcifer reforçando as estruturas de poder e opressão do seu inimigo, ao invés de personificar o papel de salvador por ser tudo o

que falta no Deus cristão. Dessa forma, Lúcifer não é julgado ou definido por ser opositor ao Deus, mas sim "a partir de sua corporeidade e iconografia masculinas que precisam ser questionadas. A questão deixa de ser a forma de poder em si, mas porque este poder religioso se materializa em extremos opostos masculinos." (YONEKURA, 2020, p. 125).

Portanto, ainda que fuja da maneira pela qual Lúcifer costuma ser retratado historicamente – ou seja, como opositor político de Deus –, a série marca o retorno de Satã "como um ponto de reflexão da humanidade, não mais como vilão, mas como centro de tensão que evidencia estruturas que precisam ser superadas" (YONEKURA, 2020, p.126), trabalhando o personagem através do seu gênero e de sua relação com Lilith. Com isso, *O Mundo Sombrio de Sabrina* vai além do debate sobre gênero, questionando os fatores e agentes de outras formas de opressão e a manutenção das estruturas injustas de poder.

5. Salvadora Branca

Concordando que *O Mundo Sombrio de Sabrina* trabalha questões ligadas ao feminismo e a luta contra o patriarcado, Franco (2020) defende que o seriado utiliza clichês racistas para transformar a protagonista em uma "salvadora branca", mostrando um abuso de poder que ignora questões étnico-raciais e sua importância, continuando a tradição da ficção de representar bruxas, em sua grande maioria, como mulheres brancas. Assim, a combinação de raça e poder permite que as narrativas continuem ligadas com dinâmicas estruturais que servem para oprimir pessoas não-brancas.

Franco (2020) argumenta que o que vemos em *O Mundo Sombrio de Sabrina* é a externalização dos poderes femininos através da branquidade. Ao abordar o tratamento injusto das mulheres e a sociedade misógina, presente desde o sistema educacional até as instituições governamentais, o seriado tenta ser subversivo no que diz respeito à representação feminina, mas escolhe ignorar o diálogo sobre

raça, entregando uma história convencional na qual a protagonista branca salva o mundo.

Para o autor, a bruxa é uma extensão da feminilidade que não consegue ser contida e, portanto, é temida pelas instituições que reforçam uma hierarquia patriarcal, mas essa feminilidade é sempre branca. "Essas personagens ainda mantêm o privilégio dos brancos, uma vantagem concedida àqueles que têm pele mais clara em comparação com aqueles com pele mais escura." (FRANCO, 2020, p. 6. Tradução nossa).

O pesquisador contextualiza o termo "branquitude", citando a pesquisa de Garner (2007 apud Franco, 2020, p.9), como algo que vai além da cor da pele de uma pessoa, estando associado também a um sistema que favorece pessoas brancas, enquanto afeta negativamente outras minorias, que acabam marginalizadas. Como consequência, brancos possuem um poder que não pode ser medido ou cerceado pelas autoridades, enfrentando poucas consequências quando quebram uma regra, enquanto outro grupo é marcado como "o outro" e é punido de forma desmedida. A partir disso, o branco passa a ser uma cor que determina o que é normal, belo e civilizado e o que não é. Portanto, "com a combinação de feminilidade e branquitude, a personagem de Sabrina continua a preservar o padrão da bruxa não racializada que possui poder dentro e fora da bruxaria." (FRANCO, 2020, p. 9. Tradução nossa)⁹.

Segundo Franco (2020), até mesmo quando *O Mundo Sombrio de Sabrina* tenta fazer com que a protagonista adote o papel do "outro" – um traço comumente ligado à figura da bruxa que vive fora das convenções sociais, presa em entre a normalidade que é definida pela sociedade, e o outro, que seria a figura monstruosa – a personagem não

⁹ No original: "With the combination of femininity and whiteness, the character of Sabrina continues to preserve the standard of the non-racialized witch that wields power in and out of witchcraft."

consegue experimentar as injustiças que personagens não-brancos sofreriam. Ao invés disso, a feiticeira conquista uma quantidade ilimitada de poder, que para o pesquisador está ligado à sua brancura e feminilidade, enquanto os personagens negros continuam sendo ignorados e machucados pelo sistema.

Através disso, Sabrina se torna uma salvadora branca, personagem que, como explicado por Hughey (2014 apud Franco, 2020, p.11), assume características messiânicas para salvar pobres e marginalizados de um destino trágico do qual eles seriam incapazes de escapar sem essa ajuda. Dotada de poderes e sendo literalmente equivalente a Jesus Cristo na narrativa da série, Sabrina personifica esse clichê narrativo, superando todas as adversidades sem nenhum esforço enquanto carrega privilégios que nunca questiona.

Franco (2020) também aborda a maneira pela qual *O Mundo Sombrio de Sabrina* lida com questões raciais ligadas aos personagens não-brancos do seriado. Citando Prudence como exemplo, uma bruxa birracial que age como antagonista da série "mas sua personagem simplesmente existe para ser o invólucro da ignorância, ódio e preconceito contra a caracterização incorruptível e correta de Sabrina" (FRANCO, 2020, p. 17. Tradução nossa)¹⁰. Ainda que seja uma bruxa "pura" – diferente de Sabrina, que é meio-bruxa e meio-mortal – a série mostra que Prudence não possui os mesmos privilégios de sua inimiga, sendo incapaz de lançar feitiços poderosos sem o auxílio de suas irmãs bruxas, enquanto Sabrina consegue quebrar maldições apenas tomando um banho.

¹⁰ No original: "Prudence is the antagonist of the series, but her character simply exists to be the vessel for ignorance, hate, and bigotry against Sabrina's incorruptible, righteous characterization."

Ao falar sobre Ambrose, o primo de Sabrina e outro personagem negro, o autor destaca que sua identidade e história nunca são exploradas na série, reduzindo sua trama ao papel de ajudante e guia da protagonista na sociedade bruxa. Quando ganha mais destaque na segunda temporada, Ambrose recebe uma narrativa que gira em torno de sofrimento – e ele sofre mais do que qualquer outro membro de sua família – além de lidar com clichês homofóbicos quando a série mata seu namorado. "Este recurso tenta fornecer um desenvolvimento para o personagem de Ambrose, mas apenas o reduz a um clichê sistematizado, genérico e exagerado contra a heteronormatividade e branquitude de Sabrina" (FRANCO, 2020, p. 19, tradução nossa)¹¹.

Como o pesquisador destaca, mesmo presentes desde o início da série, Prudence e Ambrose não possuem uma história contada em detalhes. A vida dos personagens e os acontecimentos que os afetam quase nunca são levados em consideração, ou servem apenas para exaltar a capacidade de Sabrina de salvá-los.

Após citar diversos exemplos que a narrativa emprega para que Sabrina se torne a "salvadora branca" do seriado, Franco (2020) conclui que a série tenta mascarar esse clichê através do feminismo, criando uma mensagem empoderadora através disso. Logo, ainda que tente falar sobre problemas como sexismo e misoginia, além de discutir as injustiças presentes em certas comunidades, *O Mundo Sombrio de Sabrina* continua apresentando narrativas danosas e cheias de estereótipos, clichês racistas e caricaturas, perpetuando um legado de supremacia branca e estruturas de poder que já foram vistos em outros filmes e seriados.

¹¹ No original: "This gimmick attempts to provide Ambrose with character development but just diminishes him to a systematized, generic, overused cliché against Sabrina's heteronormativity and whiteness."

Para Franco (2020), ao estabelecer um mundo imaginário "pós-racial", onde racismo e preconceito não existem, o seriado cria algo preocupante por colocar a protagonista, uma jovem mulher branca com poderes sobrenaturais, para lutar contra a misoginia e se tornar uma salvadora das pessoas não-brancas. "A série ainda apresenta a ideia de que uma pessoa branca pode consertar tudo com ou sem magia, e por ela ser uma figura feminina, ela não é uma ameaça como um homem branco seria." (FRANCO, 2020, p. 26. Tradução nossa)¹².

Dessa forma, há uma ideia de que é preciso manter a estrutura de poder que privilegiava um homem branco no poder, algo que normalmente está ligado à opressão de pessoas marginalizadas. Herdando seus poderes do seu pai, que no desenvolver da série descobrimos ser o próprio Satã, Sabrina é estimulada a aceitar que seu destino é conquistar mais poder e executar grandes feitos. Para o autor, isso a transforma em uma salvadora branca, enquanto a série utiliza o feminismo para disfarçar as problemáticas e injustiças que surgem com esse clichê.

Consequentemente, mesmo que Sabrina não seja má, suas ações e comportamentos reforçam narrativas que são utilizadas para manter a supremacia branca, enquanto os personagens negros da série são rasos e descartáveis pra história, dependendo de Sabrina em todas as situações, o que para Franco (2020) é uma representação decepcionante e carregada de estereótipos racistas velados.

¹² No original: "The series still presents the idea that a white person can fix everything with or without magic and because she is a feminine figure, she is less of a threat than a white man would be

6. Sabrina entre o empoderamento e críticas

A partir destes estudos, vemos que há um consenso entre pesquisadores de que *O Mundo Sombrio de Sabrina*, ainda que contenha estereótipos negativos da figura da bruxa em sua narrativa, é uma obra considera feminista ao apresenta uma luta contra o sistema de opressão patriarcal e discussões em prol da libertação feminina.

Assim, Steinke (2019) e Henesy (2020) trabalham a série de formas parecidas, analisando a protagonista como símbolo feminista e o uso de metáforas e dos estereótipos da figura da bruxa como complemento para essa narrativa empoderadora. Para Steinke (2019), a produção da Netflix se destaca em relação a outras obras contemporâneas protagonizadas por bruxas por trabalhar a autonomia feminina e discutir temas como cultura do estupro, consentimento e libertação das mulheres da estrutura patriarcal. Com isso, a série ressignifica a bruxa como uma força do caos que está no controle do seu próprio corpo. Enquanto isso, Henesy (2020), elabora que Sabrina aparece em uma versão diferente do que os fãs conheciam, sendo uma protagonista gótica ativamente política em sua luta contra o patriarcado, utilizando uma linguagem que menciona movimentos sociopolíticos e da história da bruxaria para discutir temas relevantes para a sociedade, estimulando o público para uma luta contra a opressão.

Ainda que reconheça a luta contra o patriarcado na série, o enfoque de Yonekura (2020) recai em Lúcifer, que acaba se tornando uma figura que reforça o machismo estrutural dentro de *O Mundo Sombrio de Sabrina*, especialmente ao exigir devoção total de suas servas. Para ela, o seriado vai além do debate sobre gênero, questionando outras formas de opressão e quem são os responsáveis por essas estruturas de poder. O estudo de Franco (2020), no entanto, aponta que mesmo que muito ativo na discussão sobre feminismo e na luta contra o patriarcado e o sistema, *O Mundo Sombrio de Sabrina* reforça clichês e estereótipos racistas em sua trama. Para o autor, ao colocar os

personagens negros em uma posição de inferioridade para exaltar Sabrina, o seriado cria uma salvadora branca que nunca é questionada por reforçar as dinâmicas utilizadas para a opressão de pessoas não-brancas.

Entre elogios e críticas pontuais, a nova versão de Sabrina se destaca não apenas por abraçar seu lado sombrio e os estereótipos diabólicos da figura da bruxa, mas por apresentar uma discussão necessária para o momento em que vivemos. Subvertendo as expectativas ao apresentar uma narrativa empoderadora, acompanhamos uma história que vai além de feitiçaria e heresia e critica, de forma bem didática, a opressão feminina no mundo real, ainda que utilize metáforas e alegorias para transmitir sua mensagem ao público.

Referências

ALEXANDER, Brooks; RUSSELL, Jeffrey B. **História da Bruxaria**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2019.

BARSTOW, Anne Llewellyn. **Chacina de Feiticeiras**: Uma Revisão Histórica da Caça às Bruxas na Europa. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1995.

CENTURY, Sara. Sabrina's The Teenage Witch's Comic Book Evolution. **Syfy Wire**. Disponível em: <<https://bit.ly/3db84KN>> Acesso em: 24 jun. 2021.

FEDERICI, Silvia. **Mulheres e a Caça às Bruxas**. São Paulo: Boitempo, 2019.

FRANCO, Hector Manoel. Season of the Witch: The Externalization of Feminine Powers. **Cinema Studies**, nov. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/3zUKrQk>> Acesso em: 24 jun. 2021.

GUGLIELMELLI, Alexandre. Maus e irresistíveis: veja os vilões mais gostosos da Netflix. **Observatório do Cinema**. Disponível em: <<https://bit.ly/35QYloU>> Acesso em: 24 jun. 2021.

HENESY, Megan. Leaving My Girlhood Behind: Woke Witches and Feminist Liminality in Chilling Adventures of Sabrina. **Feminist Media**

Studies, jul. 2020. Disponível em: <<https://bit.ly/2UF6b2J>> Acesso em: 24 jun. 2021.

LIMA, Telma Cristiane Sasso de; MIOTO, Regina Célia Tamaso. Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Rev. Katál**, Florianópolis, v.10, n. especial, p. 37-45, 2007. Disponível em: <<https://bit.ly/3wUqyHh>>. Acesso em: 24 jun. 2021.

LOUGHREY, Clarisse. How each incarnation of Sabrina the Teenage Witch is symbolic of feminism through the years, 2018. **Independent**. Disponível em: <<https://bit.ly/35POJe1>> Acesso em: 24 jun. 2021.

MOREIRA, Isabela. Literatura: 9 livros incríveis para ler no mês de março. 2018. **Revista Galileu**. Disponível em: <<https://glo.bo/3jaVcYR>> Acesso em: 24 jun. 2021.

MOSELEY, Rachel. Glamorous witchcraft: gender and magic in teen film and television. **Screen**, v. 43, n. 4, p. 403–422, dez. 2002.

STEINKE, Danielle. **#MeToo and the Witching Hour**: Contemporary Feminist Discourse on the Representation of Witchcraft in The Chilling Adventures of Sabrina. 2019. Disponível em: <<https://bit.ly/2TYBSn5>> Acesso em: 24 jun. 2021.

THOMAS, Keith. **Religião e o Declínio da Magia**. São Paulo: Companhia das Letras, 1991.

TOOMER, Jessica. Sabrina Spellman's #MeToo Moment. 2018. **Syfy Wire**. Disponível em: <<https://bit.ly/2T3HCMf>> Acesso em: 24 jun. 2021.

WILLIAMS, Cameron. Everything You Need To Know About Sabrina, From Archie Comics To 'Chilling Adventures'. 2018. **Junkee**. <Disponível em: <https://bit.ly/2U2lodP>> Acesso em: 24 jun. 2021.

YONEKURA, Yasmin Pereira. A valsa com o diabo: Lúcifer e a estrutura patriarcal do cristianismo versus a bruxaria na segunda temporada de O mundo sombrio de Sabrina. **Todas as Musas**, São Paulo, ano 11, v. 2, jan./jun. 2020.

ZWISSLER, Laurel, "'I am That Very Witch': On The Witch, Feminism, and Not Surviving Patriarchy. **Journal of Religion & Film**, v. 2, n. 3, p. 1-35, 2018.

A GRAMÁTICA DAS ENCRUZILHADAS: REPRESENTAÇÃO E ENCARNAÇÃO DAS MACUMBAS NA TRAJETÓRIA DO CINEMA BRASILEIRO

Eduardo Martins Zimmermann Camargo*

1. Abertura da gira: introdução às mandingas presentes no cinema brasileiro dos anos 1960

Flecha lançada por guerreiros como Glauber Rocha, Ruy Guerra e Nelson Pereira dos Santos, a cinematografia brasileira do período é inventada nos caminhos da cultura popular. Armados com uma câmera na mão e as mandingas na cabeça, fizeram do cinema um instrumento revolucionário, uma ferramenta de poesia e política. Cantoria entoada ontem e hoje.

Cinema de corpo fechado, atravessou o campo de batalha do Golpe Militar, assentado nas estripulias do Cinema Novo e nas traquinagens do Cinema Marginal. Assim, tecendo uma rede de significação que dá forma e deforma as mitologias das festas, das ruas e das crenças. Aqui, são destacados os modos de construção do imaginário acerca das religiões de matriz afro-ameríndia, na mídia e nas artes.

Neste cenário, “aprendemos com os múltiplos saberes que nos pegam a praticar, de forma encruzada, a batalha como política e a mandinga como poética” (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 107). Desta forma, empreende-se um balanço do cinema a partir da sua trajetória nos terreiros, entendendo a macumba enquanto lugar de conhecimento e cultura, tempo de encenação do mito cinematográfico. Entretanto, espaço também de disputa.

* Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), pesquisador do grupo de Estudos em Comunicação, Consumo e Sociedade (ECCOS), bolsista da Agência CAPES.

Nos anos 1960, embora o eixo da discussão cultural fosse político, esta questão do "caráter nacional" se fez presente de diferentes formas, e o Cinema Novo foi ambíguo na sua relação com a religião, o futebol e a festa popular - basta ver *Barravento* (Glauber, 1962), *Garrincha - alegria do povo* (Joaquim Pedro, 1962), *A Falecida* (Hirszman, 1964), *Viramundo* (Geraldo Sarno, 1965). (XAVIER, 2006, p. 21)

A análise se debruça sobre tal cinematografia propondo um panorama de seus modos de representação da cultura afro-ameríndia. Buscando nos atravessamentos entre o estilo cinematográfico e a mitologia dos orixás um caminho para desvendar o olhar sobre o terreiro. A partir da análise fílmica, realizada através do diálogo com o prisma mitológico, propõe-se a leitura destas obras. Destacando o que cada uma revela do pensamento social e filosófico presente no recorte temporal e traduzido para as telas. Assim, objetiva-se compreender como se materializa um cinema inspirado nas tensões e belezas das manifestações populares. Um cinema encantado pelas macumbas, encarnado nos anos 1960.

2. Fundamentação e amarração: versando sobre uma ciência encantada das macumbas

Segundo Simas e Rufino (2018), "a expressão macumba vem muito provavelmente do quicongo *kumba*: feiticeiro (o prefixo 'ma', no quicongo, forma o plural). Kumba também designa os encantadores das palavras, poetas". Neste sentido, "macumba seria, então, a terra dos poetas do feitiço" (p. 5). Logo, é observado o cinema como espaço dos encantadores de imagens, aqueles que buscaram construir uma linguagem à brasileira.

Aqui, entende-se os seres que se juntam à roda do cinema brasileiro, como aqueles que "são os matutadores das linguagens do tempo, desatam os nós do pensar o pensar, cismam com as existências e conhecimentos, fazem com que na canjira não se crie canjerê" (SIMAS; RUFINO. 2018. p. 10). Neste caso, realizadores do feitiço do cinema que se lançaram ao terreiro, em busca das imagens da cultura popular, e com este gesto construíram formas de representação. Assim, eles disputam territórios, alguns acendem velas aos orixás, outros lançam pedras.

É no alinhave das sabedorias de uma ciência encantada, aquelas em que nossos povos cedem os corpos para manifestá-las, que mergulhamos. É nas perspectivas dos modos de sentir/fazer/pensar das múltiplas presenças, culturas, gramáticas e educações das macumbas que trançaremos nossas esteiras e nos colocaremos para espiar o cair da tarde. (SIMAS; RUFINO. 2018. p. 10)

Portanto, opera-se uma análise fundamentada no que Simas e Rufino (2018) definem como o “complexo epistemológico das macumbas” (p. 11), onde “a partir das noções de ancestralidade e de encantamento praticamos uma dobra nas limitações da razão intransigente cultuada pela normatividade ocidental” (p. 11). Pois, “é nesse sentido que o encaminhamento de nossas problematizações mira e traz para o centro do debate as práticas de saber que ao longo do tempo foram mantidas sob a condição de demonizadas ou de animistas-fetichistas” (p. 11).

Se para Simas e Rufino (2018), “o Brasil que nos encanta é aquele que se compreende como terreiro” (p. 13), o cinema é outra encruzilhada onde a magia acende seus encantos. Mais do que isso, é também campo de batalha, onde sacrifícios, danças e rituais reinventam a cultura popular. Portanto, aí estão as ferramentas de análise, já que “a macumba é ciência, é ciência encantada e amarração de múltiplos saberes” (p. 12). E “amarração é o efeito de, através das mais diferentes formas de textualidade, enunciar múltiplos entenderes em um único dizer” (p. 14).

3. O Pagador de Promessas: uma adaptação cinematográfica entre a cruz e a encruzilhada

A análise aqui proposta destaca três filmes icônicos apresentados nos anos 1960: O Pagador de Promessas (Anselmo Duarte, 1962), Barravento (Glauber Rocha, 1962) e À Meia-Noite Levarei Sua Alma (José Mojica Marins, 1964), estudando-os a partir de encruzilhadas teóricas que versam sobre os rituais do cinema e da religião.

Partindo da adaptação cinematográfica de *O Pagador de Promessas*, que começa justamente em um terreiro, onde a câmera caminha, gira, movimenta-se até encontrar Zé do Burro (Leonardo Villar), fazendo sua promessa, e Rosa (Glória Menezes), que aguarda pacientemente. E dali, o corte leva para Zé do Burro já com sua cruz nas costas, e Rosa carregando a sua própria, uma cruz simbólica.

Figura 1 - *O Pagador de Promessas* (1962)



Busca-se na figura de Iansã um modo de olhar a presente narrativa. Esta que chamada “Oiá ou Iansã dirige o vento, as tempestades e a sensualidade feminina” (PRANDI, 2018, p. 21). Iansã é aquela para quem Zé do Burro dedica sua promessa no terreiro de Candomblé. Também conhecida como Santa Bárbara, é em sua igreja que precisa ser depositada a pesada cruz prometida. Iansã é ainda o arquétipo pelo qual pretende-se analisar a personagem Rosa (Glória Menezes) e que está presente na própria estética do filme.

Iansã aparece relacionada a dois outros orixás: Ogum e Xangô. O primeiro, “governa o ferro, a metalurgia, a guerra. É o dono dos caminhos, da tecnologia e das oportunidades de realização pessoal” (PRANDI, 2018, p. 21). Já o segundo:

Xangô é o dono do trovão, conhecedor dos caminhos do poder secular, governador da justiça. Teria sido um dos primeiros reis da cidade de Oiô, que dominou por muito tempo a maioria das demais cidades iorubanas, merecendo Xangô, talvez por essa razão, um culto muito difundido na África. É praticamente o grande patrono das religiões dos orixás no Brasil e seu culto está associado aos de suas esposas Oiá, Obá e Oxum, originalmente orixás de rios africanos. (PRANDI, 2018, p. 21-22)

Oiá ou Iansã é desejada por muitos homens. Entre eles, Ogum e Xangô, estes que brigam por ela, como na passagem “Oiá é disputada por Xangô e Ogum”, que versa sobre a luta, os desejos e as pulsões, entre os três orixás. Assim como Rosa, que é desejada por Zé do Burro e Bonitão, permitindo uma releitura dos conflitos na trama do filme em questão.

Conta a lenda “Oiá é dividida em nove partes” que, “Xangô impressionava Oiá por sua majestade e elegância” (PRANDI, 2018, p. 305), assim como Bonitão encanta Rosa. E que um dia os dois fugiram para longe de Ogum, que saiu enciumado e furioso em busca dos fugitivos. “Quando Ogum os encontrou, houve uma luta de gigantes” (PRANDI, 2018, p. 305). É do embate que surge Iansã, quando Ogum toca Oiá com sua varinha de ferro, que tinha o poder de dividir, dividindo Ogum em sete partes e Oiá em nove, passando a ser conhecida por Iansã.

Dessa maneira, no filme Iansã também parece dividida. Parece habitar-se a si mesma, Iansã enquanto orixá, mas habita também Santa Bárbara. É Rosa e também habita a tempestade. Iansã está dividida nas características da atuação, na plasticidade da luz, nos significados dos sons da tempestade e dos ventos, nos raios que pontuam determinadas cenas. Não fosse a arte cinematográfica dividida em apenas sete artes originárias, poderia-se dizer que o cinema mesmo tornara-se divindade pois Iansã habita-o todo nesta obra.

Iansã aparece na plasticidade do filme enquanto força da natureza. Seja na sequência dos créditos iniciais que revela Rosa e Zé do Burro em uma longa caminhada regada por chuva forte, seja na sequência do rapto de Rosa por Bonitão quando o vento sopra agourento e tenta, assim como a própria Rosa, anunciar para Zé do Burro a tragédia que seguirá. Logo depois, Rosa e Bonitão correm debaixo da tormenta. Sob o olhar de Iansã.

Em sua luta, Zé do Burro enfrenta Padre Olavo (Dionísio Azevedo) e a igreja católica, com o apoio do povo que ocupa o cenário. É festa de Santa Bárbara e a promessa torna-se espetáculo. Se no princípio do filme, Anselmo Duarte propõe um gesto de observação do Candomblé, já para o final o terreiro ocupa a paisagem toda. Nas escadarias da igreja de Santa Bárbara encontra-se a sonoridade afro-brasileira, a dança, mães, pais e filhos de santo, e a câmera, novamente, passeia em meio ao ritual. Enquanto isso, Bonitão busca suas próprias armas para a luta, trama contra Zé do Burro. É mais uma encenação da antiga guerra entre os orixás por Iansã. Dessa vez, a guerra é travada nas escadarias da igreja de Santa Bárbara e contada a partir do aparato cinematográfico.

Nessa luta Oiá ganhou de Ogum uma espada e nunca mais deixou de ser uma guerreira. Muitas aventuras dessa guerra são contadas e todas falam de uma Oiá guerreira e amante, sempre disputada por Xangô e Ogum, os seus amados. (PRANDI, 2018, p. 307)

Por fim, depois da guerra, a promessa e o pagador, embora morto, chegam ao altar nos braços do povo. O terreiro ocupa o território da igreja. Rosa, guerreira e amante, entra sozinha, sem Xangô nem Ogum. Mas, empunhando a espada, com a qual ousara desafiar mesmo o sacerdote da igreja, quando este aproximara-se do corpo de Zé do Burro para encomendar a alma. Afinal, Rosa entra na igreja acompanhada de Iansã, que “é a senhora do raio e soberana dos espíritos dos mortos, que encaminha para o outro mundo” (PRANDI, 2018, p. 21), para ela mesma encomendar a alma do pagador de promessas.

4. Barravento: o cinema novo batendo cabeça nos terreiros de macumba

As aparições das religiões afro-ameríndias são encontradas em diversos filmes ao longo dos anos 1960, do cinema clássico ao moderno, do documentário ao drama. O Candomblé, forma mais conhecida destas manifestações, consolidou-se na Bahia do século XIX (PRANDI, 2004). Mesma paisagem encontrada na constituição de um cinema brasileiro que buscou

suas imagens na cultura popular, na década de 1960. *Bahia de Deus* e o *Diabo*, *Bahia de todos os Santos*.

Os cinco primeiros anos da década de 1960 são dominados, entretanto, pelo fenômeno baiano, que se constitui de um conjunto de filmes realizados na Bahia, produzidos alguns por baianos e outros por sulistas: *Bahia de todos os santos* e *O pagador de promessas* destacam-se sobremaneira, o primeiro pelo pioneirismo da sua função, e o segundo pelo equilíbrio de sua fatura. Projeta-se então, no cinema propriamente baiano, a figura de Glauber Rocha, que em 1961 estreou com *Barravento* e a seguir realizou esse poderoso *Deus e o diabo na terra do sol*. (GOMES, p. 81, 1996)

Assim, os cultos afro-ameríndios estão presentes mesmo na formação do Cinema Novo, como no *Barravento*, de 1962, dirigido por Glauber Rocha, em que o protagonista é um pescador que mudou para a cidade grande e, de lá, voltou desenganado quanto à fé. Segundo Rodrigues (2001), na obra de Glauber, "o negro moderno e urbanizado derrota o negro semitribal e mais próximo das raízes africanas. *Barravento* é assim um filme revolucionário no estrito sentido do termo e aceita a máxima de que 'a religião é o ópio do povo'" (p. 102).

[...] a década de 60, no seu conjunto, corresponderia ao momento do que se poderia chamar "crítica dialética" da cultura popular, marcada pela presença da categoria da alienação no centro de sua abordagem da consciência das classes dominadas; (XAVIER, 2007, p. 24)

Neste momento, o autor expõe pensamento alinhado com outros teóricos que analisaram o período. Mas, na investigação de Xavier (2007), destaca-se justamente a ambiguidade da obra de Glauber Rocha. Já que, "há em tudo isto um discurso pela mudança, cuja possibilidade Aruã encarna ao final; um discurso que deixa implícita a negatividade de tudo o que é obstáculo à transformação e ao progresso" (p. 36).

Barravento e Deus e o Diabo na Terra do Sol seriam dignos representantes da década de 60. Nessa esquematização, despontavam como exemplos claros da crítica à alienação pelo misticismo. E O Dragão da Maldade Contra o Santo Guerreiro [1969] era apontado como ponto de inflexão, no caso particular de Glauber. O panorama era mais amplo e localizava o termo final dessa tendência à adesão ao popular na proposta de Nelson Pereira dos Santos, cristalizada em O Amuleto de Ogum [1973-74] (sua versão mais feliz) e Tenda dos Milagres [1977] (versão caricatural e doutrinária). (XAVIER, 2007, p. 25)

Porém, trata-se de um discurso essencialmente ambíguo, um discurso Exusíaco. Que através de suas estrepulias brinca e borda o cinema brasileiro, ora criticando, ora valorizando as manifestações religiosas populares. Segundo Xavier (2007), “no seu estilo convulso, adere e se afasta do objeto do seu discurso, num movimento que torna ambíguo os valores que, em última instância, a orientam, assim como torna opacos certos episódios de sua história” (p. 49).

Glauber Rocha comenta acerca da gênese do filme em sua correspondência, trocada com críticos, cineastas e amigos. Segundo Rocha (1997), em carta endereçado ao Paulo Emílio Sales Gomes, “[...] o filme parte, embora primariamente, de ‘a religião é o ópio do povo’” (p. 125). Pensamento que atravessa o período em questão, traduzido em filmes como *Viramundo* (SARNO, 1965).

Espremido o roteiro, restaram personagens reais, primitivos e intensamente povoados de misticismo: os mitos negros, aqueles que vieram da África para o Brasil e que hoje ainda perduram intactos nos litorais, principalmente na Bahia. Iemanjá, Xangô, Oxalá, Oxumaré e Iansã etc. são os deuses. Miseráveis, analfabetos, escravos, corajosos para enfrentar mar bravo mas covardes para defender os direitos de trabalho na pesca do xaréu, eles afogam a fome nos exóticos candomblés baianos. Estes candomblés embora possuam valor cultural estimável, adormecem uma raça de fantásticas possibilidades. (ROCHA, 1997, p. 125-126)

No pensamento do autor, existe a valorização das manifestações culturais, mas atravessada pelo entendimento da crença enquanto alienação. Portanto, Rocha (1997) argumenta que, “apaixonado que sou pelos costumes populares, não aceito, contudo, que o povo negro sacrifique uma perspectiva em função de uma alegoria mística” (p. 126), levando-o a

concluir que “*Barravento* é um filme contra os candomblés, contra os mitos tradicionais, contra o homem que procura na religião o apoio e a esperança” (p. 126).

Exusíaco em seu próprio discurso, Glauber ataca, mas defende as manifestações populares. Faz um filme para que as religiões sejam “jogadas no chão” (ROCHA, 1997, p. 127), mas que mergulha nos encantos de Iemanjá, junto com Aruã. Segundo Glauber (1997), *Barravento* “é um filme gritado. É um filme de explosões. É um filme de tensão crescente - um filme místico, ele mesmo? Talvez seja mesmo uma contradição. Espero que no fundo seja um filme” (p. 127).

5. À meia-noite: primeira aparição da esquerda no cinema de José Mojica Marins

Aqui, propõe-se uma leitura da mitologia de Exu em comparação com o mito de Zé do Caixão. Logo, se Exu “não tinha riqueza, não tinha fazenda, não tinha rio” (PRANDI, 2018), Mojica “começou do nada” (FERREIRA, 2016). Se “Exu não tinha profissão, nem artes, nem missão” (PRANDI, 2018), Mojica era o “cineasta simples e inculto” (FERREIRA, 2016). Se “Exu vagabundeava pelo mundo sem paradeiro” (PRANDI, 2018), Mojica fazia o mesmo no Brás e criava seu cinema no ato da experimentação pura, pois “ele havia abandonado a escola na quinta série, aos 13 anos de idade, com a desculpa de que iria trabalhar, mas logo esqueceu a promessa e passou a se dedicar apenas ao seu estúdio no galinheiro” (BARCINSKI, 2015, p. 71).

Chega-se à casa de Oxalá. “Então um dia, Exu passou a ir à casa de Oxalá. Ia à casa de Oxalá todos os dias” (PRANDI, 2018). Oxalá “é o criador do homem, senhor absoluto do princípio da vida, da respiração, do ar, sendo chamado de o Grande Orixá, Orixá Nlá” (PRANDI, 2018, p. 23). Neste cenário, a casa de Oxalá é aqui traduzida metaforicamente por casa de Cinema: o lugar onde se cria para o prazer do público. Lugar onde trabalhou por muitos anos o pai do cineasta, “em maio de 1938, fizeram as malas e carregaram o pequeno José para o Cine Santo Estevão, na rua Martinho de Campos, 386, Vila Anastácio, distrito da Lapa” (BARCINSKI, 2015, p. 50), ambiente que o

menino ocupava, como Exu, sempre que lhe permitiam a entrada para assistir filmes.

Na casa do “senhor absoluto do princípio da vida, da respiração, do ar” (PRANDI, 2018), Mojica respirava o cinema, pois “cada fotograma filmado por José Mojica Marins respira cinema e somente cinema” (FERREIRA, 2016).

Muitos e muitos também vinham visitar Oxalá, mas ali ficavam pouco, quatro dias, oito dias, e nada aprendiam. Traziam oferendas, viam o velho orixá, apreciavam sua obra e partiam. Exu ficou na casa de Oxalá dezesseis anos. Exu prestava muita atenção na modelagem e aprendeu como Oxalá fabricava as mãos, os pés, a boca, os olhos, o pênis dos homens, as mãos, os pés, a boca, os olhos, a vagina das mulheres. Durante dezesseis anos ali ficou ajudando o velho orixá. Exu não perguntava. Exu observava. Exu prestava atenção. Exu aprendeu tudo. (PRANDI, 2018, p. 40)

Mojica permaneceu na casa de Cinema de 1938 até 1951, observando o ritual de invenção da vida projetado na tela com a atenção e o encantamento do olhar da criança. E lá, “na casa de Oxalá, Exu se distraía, vendo o velho fabricando os seres humanos” (PRANDI, 2018). Este é justamente o ofício do realizador de cinema, a fabricação de vidas e universos. E foi na casa de Cinema que Mojica descobriu como modelar na própria carne o personagem mítico da cinematografia brasileira, que segundo Ferreira (2016), trata-se da “encarnação do experimental em nosso cinema”. Ocupando a casa de Oxalá, Mojica descobriu seu lugar na encruzilhada do Cinema Brasileiro.

Está aí a gênese de *Zé do Caixão*, traduzida para a trama de *À Meia-Noite Levarei Sua Alma* (1964), que apresenta o personagem Josefel Zanatas e sua obsessão pela mulher que gerará o “filho perfeito”. Com este filme, Mojica insere-se no debate sobre as religiões enquanto motor da alienação, atacando toda forma de culto que lhe alcança. Segundo Barcinski (2015), “seu maior feito foi conseguir adaptar os clichês do cinema fantástico para a realidade brasileira” (p. 174), portanto, colocando no caldo da imagem também os rituais de origem afro-ameríndias.

Do ponto de vista religioso, Exu é o Orixá do movimento, da comunicação e mensageiro entre homens e deuses. Exu é também o nome atribuído aos espíritos guardiões e protetores que acompanham e cuidam dos humanos. São seres de luz que conhecem as trevas, o que lhes dá a característica ambivalente de serem transitantes entre o bem e o mal. (DRAVET; CASTRO, 2014, p. 3).

No primeiro filme, *À Meia Noite Levarei Sua Alma*, há uma cena síntese sobre o posicionamento de Mojica quanto à religião no período: quando, em um enquadramento fechado que destaca o gesto, Josefel Zanatas chuta uma macumba que encontra na encruzilhada. Ele bebe da oferenda alegando ser seu dia de sorte e profana o sagrado. Partindo da noção de acordo com Dravet e Castro (2014), onde “o cinema parece ser uma das formas de expressão que favorece certos não-ditos da sociedade e da cultura neste país” (p. 1), a ação traduz a aversão do autor à religião, não apenas à Umbanda e ao Candomblé, mas a todas as religiões, como fica claro no filme.

Figura 2 - *À Meia-Noite Levarei Sua Alma* (1964)



6. Considerações Finais

“A partir das sabedorias aqui reivindicadas não há batalha sem mandinga e mandinga sem batalha” (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 105), tampouco nesta conjuntura há cinema sem mandinga, ou mandinga sem cinema. Pois, neste cenário, o cinema dialoga com os realizadores que “tomando a prática do cinema como instância de reflexão e crítica, empenharam-se, em diferentes regiões do mundo, na criação de estilos originais que tensionaram e vitalizaram a cultura” (XAVIER, 2006, p. 15).

Portanto, apresentaram nas telas, entre tantos motivos, as mandingas e suas frestas, embora houvesse no período “[...] de um lado, a idéia de que certas práticas tipicamente nacionais eram formas de alienação; de outro, havia certo zelo por estas mesmas práticas culturais que derivava de uma vivência direta nestes traços de cultura [...]” (XAVIER, 2006, p. 21). Uma experiência exusíaca em sua essência, onde ora acendem-se velas aos orixás, ora lançam-lhes pedras.

Assim, o próprio realizador cinematográfico transforma-se em um agente das mandingas saídas dos terreiros da cultura para os terrenos da política. “Neste sentido, podemos atar, provisoriamente, o ponto de que a mandinga é também a batalha que se dá invocando múltiplas temporalidades, espacialidades, dimensões e as suas diferentes formas de interação” (SIMAS; RUFINO, p. 106).

Logo, desta forma, pode-se entender também o ofício do cineasta, mestre das temporalidades, espacialidades e dimensões. Onde, “os velhos jongueiros contam que uma das artimanhas de alguns mandingueiros é a capacidade de ter a vista forte, ou seja, enxergar aquilo que convencionalmente não se enxergaria” (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 106), pode-se pensar também a atuação dos cineastas que, desbravando o cinema brasileiro com sua “vista forte”, revelam as manifestações mais entranhadas na cultura popular, jogando a luz do cinema naquilo que convencionalmente não se enxergaria.

Neste sentido, “ter a vista forte refere-se à capacidade de credibilizar as possibilidades emergentes do invisível” (SIMAS; RUFINO, 2018, p. 106), colocando em tela manifestações populares como os candomblés e as capoeiras, enveredando pelas formas de escrita cantadas nos terreiros, batucadas nos tambores.

Porque, afinal, para fazer cinema nestas terras, é preciso ter vista forte para credibilizar as batalhas emergentes.

Bibliografia e Filmografia

BARCINSKI, André. **Maldito**: a biografia. Rio de Janeiro: Darkside Books, 2015.

DRAVET, Florence; CASTRO, Gustavo de. O imaginário do mal no cinema brasileiro: as figuras abjetas da sociedade e seu modo de circulação. **E-Compós**, Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v. 17, n. 1, jan./abr. 2014.

FERREIRA, Jairo. **Cinema de Invenção**. Rio de Janeiro: Azougue Editorial, 2016.

GOMES, Paulo Emílio Sales. **Cinema**: trajetória no subdesenvolvimento. São Paulo: Paz e Terra, 1996.

PRANDI, Reginaldo. **Mitologia dos Orixás**. São Paulo: Companhia das Letras, 2018.

ROCHA, Glauber. **Cartas ao Mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997. Organizado por Ivana Bentes.

RODRIGUES, João Carlos. **O Negro Brasileiro e o Cinema**. Rio de Janeiro: Pallas, 2001.

SIMAS, Luiz Antonio; RUFINO, Luiz. **Fogo no mato**: a ciência encantada das macumbas. Rio de Janeiro: Mórula, 2018.

XAVIER, Ismail. **O Cinema Brasileiro Moderno**. São Paulo: Paz e Terra, 2006.

XAVIER, Ismail. **Sertão Mar**: Glauber Rocha e a Estética da Fome. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

O Pagador de Promessas. Direção: Anselmo Duarte. Produção: Oswaldo Massaini. São Paulo (SP), Cinedistri, 1962, DVD.

À Meia Noite Levarei Sua Alma. Direção: José Mojica Marins. Produção: Arildo Iruam, Geraldo Martins, Ilídio Martins. São Paulo (SP), Indústria Cinematográfica Apolo, 1964, DVD.

Barravento. Direção: Glauber Rocha. Produção: Braga Netto, David Singer, Rex Schindler, Roberto Pires. Salvador (BA), Iglu Filmes, 1962, DVD.

"ESTAMOS NO ESPAÇO, NÃO TEM SOL AQUI": ARQUÉTIPOS, TRANSTEMPORALIDADE MÍTICA E NARRATIVAS DE FICÇÃO CIENTÍFICA EM *DRÁCULA 3000*

Osmar Serafim Buzinhani*
Victor Finkler Lachowski**

1. Introdução

Para começar a falar de *Dracula 3000*, é primeiro necessário explicar um resumo do *plot* da obra a partir de sua sinopse: A trama se passa no espaço sideral do ano 3000 d.C., quando a nave de resgate Mãe III, comandada pelo Capitão Van Helsing (Casper Van Dien), detecta uma espaçonave abandonada em seus sensores. Para buscar e embolsar cargas de valor, os tripulantes decidem rebocá-la de volta à Terra, mas ela se desacopla e começa a vagar pelo espaço. No meio dessa operação, Conde Dracula ressurgue das trevas para aterrorizar a tripulação espacial que, ao mesmo tempo, tenta descobrir o que aconteceu àquela nave, e busca formas de combater a presença maligna mais famosa dos vampiros (ADOROCINEMA, online).

Lançado em 4 de Dezembro de 2004, *Dracula 3000* ficou conhecido por ser um filme *thrash* ou filme Z, termos que remetem a um grupo de filmes de baixo orçamento e de qualidade duvidosa. O longa é uma produção norte-americana e sul-africana, e possui uma hora e vinte seis minutos de duração. Os roteiristas foram Ivan Milborrow e Darrell Roodt, que também foi diretor. *Dracula 3000* marcou a 15ª produção de Roodt, que já havia participado do Festival de Cannes com seu filme *Sarafina!* (1992) e ganhado um prêmio no Festival de Veneza em 2004. Além disso, o filme contou com a trilha sonora do alemão Michael Hoenig, um dos roteiristas do aclamado *Koyaanisqatsi* (1982) e compositor da série de jogos eletrônicos *Baldur's Gate*. Coincidentemente, *Dracula 3000* foi seu último trabalho cinematográfico. Outra peça

* Graduando em Jornalismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR). E-mail: victorlachowski@hotmail.com

** Graduando em Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

surpreendente na produção foi a atuação do *rapper* estadunidense Artis Leon Ivey Jr., mais conhecido como Coolio, no papel de 187.

Em agregadores de críticas cinematográficas na internet, o filme costuma ocupar listas de "piores filmes da história" e conta com avaliações extremamente baixas. Seguem alguns exemplos:

1. IMDb (Internet Movie Database): apresenta uma nota 2.1, significando a média das avaliações de 1 a 10 dadas pelos usuários do site;
2. TMDb (The Movie Database): apresenta uma nota de 26%, sendo essa similar ao sistema do IMDb, mas em porcentagem;
3. Letterboxd: apresenta uma nota de 1.3, média das avaliações dos usuários de 1 a 5;
4. Rotten Tomatoes: apresenta uma nota 1 de 5 na avaliação dos críticos (média de duas notas 1 no total, o que o site considera como "sem consenso"). A avaliação dos usuários fica em 15%¹.

O crítico de cinema Mitchell Hattaway descreveu a obra como "um exemplo brilhante de inaptidão completa na produção cinematográfica. Você pode procurar o quanto quiser e não vai achar o menor traço de inteligência em qualquer nível. [...] É horrível. *Dracula 3000* faz *O Duende 4: No Espaço* parecer *Alien*"².

Apesar de suas péssimas qualidades, incluindo direção, roteiro, cinematografia, atuações, produção de cena, maquiagens e figurinos, o filme é tido como *cult* por transportar uma narrativa pop e, com pequenas inspirações históricas (Conde Vlad da Romênia), inserir o vampiro mais famoso do mundo para um ambiente *unusual*: o espaço sideral em quase mil anos no futuro.

O impulso para adaptar a história do vampiro Dracula no cinema surgiu do livro homônimo, lançado originalmente em 1897 por Bram Stoker. Em 1922, o livro foi adaptado e recebeu outro título, o clássico *Nosferatu* (MURNAU, 1922), o qual é um dos marcos da história do cinema e foi refilmado em 1979.

¹ Dados acessados em 18/11/2020.

² Traduzido do inglês. Crítica publicada em 28/01/2005 no portal DVD Verdict.

Em 1958, Christopher Lee interpretou o vampiro pela primeira vez, e repetiu o papel em mais sete ocasiões. Francis Ford Coppola dirigiu a versão cinematográfica definitiva, *Drácula de Bram Stoker* (1992), que trouxe Gary Oldman imortalizado como Conde Drácula. A última grande produção em cinema sobre o vampiro foi *Drácula: a história nunca contada* (SHORE, 2014), alvo de inúmeras críticas negativas e de fraca bilheteria.

Além da presença no cinema, o vampiro já passou por desenhos animados, HQs, gibis, livros, novelas, etc., sendo uma das criaturas do terror mais populares e disseminadas pela cultura pop.

Drácula 3000 é uma das adaptações que tem como objetivo reutilizar personificações já consolidadas e inseri-las em novos contextos e em diferentes mídias. No final do ano de 2000, quatro anos antes da película, o diretor Patrick Lussier lançou *Drácula 2000*, filme que coloca a figura do vampiro na contemporaneidade. Embora não tenha recebido críticas tão duras quanto seu sucessor futurista, suas notas em agregadores, assim como de suas duas sequências, são baixas.

E para compreendermos melhor os elementos presentes em *Drácula 3000* que merecem atenção para serem pesquisados, utilizamos a análise fílmica (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2008) para encontrarmos significados dentro da obra. Assim surgiu esta pesquisa, referente à temporalidade, à mitologia, à cultura pop e arquétipos presentes dentro do filme.

2. Metodologia

Para elaborar uma pesquisa coerente aos temas citados, foram utilizadas duas metodologias que se complementam.

Primeiro, uma revisão bibliográfica feita após espreitar o filme, referente aos temas de interesse levantados. Nessa etapa coletamos percepções e textos acadêmicos para embasar uma discussão sobre o encaixe de tais assuntos em *Drácula 3000*.

Depois, foi feito o uso da análise fílmica de Vanoye e Goliot-Lété (2008), uma metodologia que permite o processo de desfragmentação textual do filme estudado. Pois ela requer o isolamento dos elementos de maior interesse do pesquisador, e o alinhar com a bibliografia buscada. Durante a análise fílmica, são situados os contextos e variáveis de um filme, e combina esses com leituras e autores que permitem o pesquisador reexaminar a obra de maneira aprofundada.

No caso da presente pesquisa, mais do que ver ou rever *Drácula 3000*, foi possível estabelecer uma relação objeto-filme que revelou uma riqueza de elementos e de características, pelo processo de desmonte da obra. Por se tratar de um filme rejeitado por crítica e público, seus detalhes e componentes fílmicos que valem o processo de estudo são ocultos pela crítica cinematográfica tradicional.

Assim, esse método nos leva a usufruir de maneira ímpar uma obra considerada simplesmente como "ruim". E isso ocorre justamente pela maneira como a metodologia da análise fílmica trabalha o objeto, o fazendo se mover, de maneira a permitir os pesquisadores moverem e mexerem seus significados e impactos (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2008, p. 4).

Os autores dessa metodologia recomendam algumas regras, que proporcionam o uso correto da análise fílmica, e essas regras foram seguidas para elaboração do estudo de *Drácula 3000*. A primeira é o pesquisador (ou pesquisadores, como no caso desta análise) assistir várias vezes ao filme, para resultar uma análise menos espontânea e mais controlada ao conteúdo observado. Isso é feito para o analista ser trabalhado, o fazendo realocar suas percepções e impressões sobre a obra, e assim levantar hipóteses para serem consolidadas ou invalidadas (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2008, p. 5-6).

Isso faz a análise fílmica ser vista como uma metodologia "visceral", uma vez que sua proposta é despedaçar, descosturar, desunir, extrair, separar, destacar e denominar materiais que não se percebem isoladamente "a olho nu" (VANOYE; GOLIOT-LÉTÉ, 2008, p. 7).

A última fase da análise fílmica consistiu em estabelecer as relações entre os elementos isolados observados ao longo do filme e os referenciais bibliográficos buscados no começo e os acrescentados ao longo das sessões da obra, a partir dos elementos desconstruídos do filme. A partir daí foi elaborada essa reconstrução, que não apresenta qualquer relação com a realização planejada do filme, sendo totalmente planejada e idealizada pelos pesquisadores (VANOYE; GOLLOT-LÉTÉ, 2008, p. 7).

3. Fundamentação teórica

Com o intuito de realizar uma análise conceitual do filme *Dracula 3000*, é necessário ter como parâmetros determinadas concepções teóricas que permitam o estudo. Para tanto, inicialmente é importante a compreensão do aspecto conteudista do filme, da forma pela qual foi construída toda a trama: a partir de abstrações universais que regem o inconsciente coletivo (BARONY, 2017). Essas definições são ingredientes necessários quando é entendido que o desenvolvimento de um roteiro cinematográfico deve conter temáticas universais, que servem para gerar uma conexão do público, mas também elementos singulares, que diferenciam o filme de tantos outros. Dessa forma, a fundamentação teórica abordará as questões dos mitos e arquétipos junguianos, conceituações importantes para o entendimento do filme.

Além disso, é pertinente compreender também as noções contextuais as quais o *Dracula 3000* está inserido. Dessa maneira, o entendimento sobre as percepções da cultura pop e como o filme se enquadra nesse tipo de classificação, além de aspectos da temporalidade, quando se leva em conta diversos elementos atemporais desse tipo de cinema, são conceitos também relevantes na análise.

O próprio entendimento do gênero do filme, que se enquadra como terror e ficção científica, também se mostra essencial para ter uma interpretação completa do conteúdo. Por fim, a compreensão da origem do termo "dracula" e a noção de vampiro, como criatura mitológica, também se apresenta igualmente importante para essa análise. Assim, a fundamentação teórica terá como objetivo fazer um apanhado geral destes

tópicos para em seguida ser possível um estudo mais aprofundado sobre o filme.

4. Conceitos e interpretações

4.1. O princípio da conceituação do Drácula

Anterior à conceituação de "drácula", é necessário compreender as origens para esse termo, que teve como um dos nascimentos a partir do livro "O vampiro" (1819), de John William Polidori. O inglês consolidou pela primeira vez a imagem de um vampiro como sendo aristocrata, elegante e sedutor, sendo que essa primeira descrição foi amplamente difundida graças ao movimento gótico que obteve seu auge na Inglaterra no século XVIII. O marco da literatura ultra romântica se deu com o livro "Frankenstein" (1817), de Mary Shelley, obra precursora da ficção científica, que se vale desse recurso justamente para abordar temas humanos, como solidão e abandono (LUBRANO, 2019).

Essa temática se aprofundou com os livros das irmãs Brontë, como o "Morro dos ventos uivantes" (1847), de Emily Brontë; "Jane Eyre" (1847) de Charlotte Brontë; e "A senhora de Wildfell Hall" (1848) de Anne Brontë. Além desses, o escritor Edgar Allan Poe, com diversos livros, dentre eles "O corvo" (1845), "O gato preto" (1843) e "Annabel Lee" (1849), acrescentam nessa literatura. Outros autores como Oscar Wilde, com seu livro "O retrato de Dorian Gray" (1890) também contribuíram com essa temática (LUBRANO, 2019).

Assim, é possível perceber que quando o romancista irlandês Abraham Stoker escreveu o livro "Drácula" (1897), já tinha uma longa tradição de contos e histórias para se inspirar. A partir de uma narrativa epistolar, composta por cartas, memorandos, recortes de jornais e diários, que compõem a história, "Drácula" foi o livro que conseguiu construir no imaginário coletivo uma atemporal imagem do vampiro. Por mais que composta por personagens majoritariamente unidimensionais, Stoker conseguiu entalhar o retrato do vampiro como sendo seres mitológicos com diversas características, dentre elas a noção de que eles são criaturas noturnas, aversos à crucifixos, que não tem reflexos ou sombras, e também muito aliados a percepção de

sexualidade (LUBRANO, 2019). Tanto que é possível ver a presença dessa noção no imaginário quando visto narrativas como "Crepúsculo" (2005), que inclusive foram adaptadas para o cinema, e que trazem essa mesma imagem do vampiro de Stoker, mas adaptada ao contexto do século XXI.

Toda a ideia construída sobre essas criaturas só foi possível graças a obra de Stoker, que permitiu uma melhor interpretação do filme "Drácula 3000".

4.2. Mito

Uma forma de se entender *Drácula 3000* como um objeto digno de análise é sua maneira de tratar o mito da figura do Drácula. Os mitos são entendidos como narrativas ou discursos que influenciam a cultura, e seus impactos são tão profundos que são transportados através da historicidade por narradores, pelos meios de comunicação e artes. Eles transpassam a temporalidade atual. Como esclarecem Mano, Corso e Weinmann (2018) "análise estrutural do mito, ou seja, a consideração de todas as variantes do mito na mesma medida, observando as repetições que revelam sua armação interna" (p. 79), e com isso podemos afirmar que os mitos se mantêm vivos justamente pela capacidade desses serem repetidos e reimaginados, conservando uma estrutura narrativa original que permite sua adaptação e alteração de detalhes específicos, assim se perpetuando e se renovando pelo tempo.

Com isso, pode-se dizer que o mito é historicizável, pois se permite ser convertido em uma narrativa remetida e localizada em uma temporalidade outra, ou seja, diferente da que foi concebida originalmente, e dá liberdade para o narrador ou espectador se inserir naquela história contada (MANO; CORSO; WEINMANN, 2018, p. 80). O mito se apresenta como ficção justamente por possuir características ficcionais, e ter a estabilidade e percepções individuais, o que resulta na sua definição de ficção coletiva, um conjunto narrativo relatado cotidiano, mas com efeitos subjetivos a cada pessoa.

Esse raciocínio pode ser complementado por Camargo (2013), que aponta o mito como "uma narrativa fantástica, impressionante e ainda viva no âmago humano" (p. 54). Na perspectiva do autor, o cinema é uma mídia onde os mitos se transmitem, ou melhor, se retransmitem, se aproveitando desse meio ser um reforçador de subjetividades coletivas onde, inclusive, os arquétipos estão presentes.

4.3. Cultura Pop

A palavra cultura, por ser um conceito complexo e conceituado de várias maneiras dependendo da área de estudo, aqui é entendida pela sua atribuição ao viés artístico, como as produções literárias, cinematográficas, musicais, teatrais ou circenses. Nessa definição, a cultura é vista como um tecido (texto) composto por todos esses tipos de produções artísticas, cada qual composta por códigos, linguagens e signos próprios, mas que estabelecem contato com os demais. E essa conexão de costuras torna a cultura como algo vivo (CAMARGO, 2013).

Dentro do espectro das "culturas" nós temos a "popular", constituída pelos saberes do povo constitui um saber do povo. Esse conjunto de conhecimento similar também envolve o saber e interpretação das narrativas e ficções em que se inserem os mitos, através da cultura para as próprias produções culturais (MANO; CORSO; WEINMANN, 2018).

Com o advento do capitalismo, principalmente no ocidente, a conservação das narrativas ficou à mercê dos processos midiáticos e da reprodutibilidade comercial para obtenção de lucro, o que ampliou o poder de penetração das narrativas mitológicas em produções artísticas e nos meios de comunicação. Isso torna a cultura pop, no capitalismo, um campo caracterizado pela constante mobilidade. E esse território móvel, transnacional e autorreferencial multiforma constrói mídias com perpetuações intergerações e cujo consumo não está delimitado a uma única camada social ou classe, elevando o nível de interatividade entre público e obra (MANO; CORSO; WEINMANN, 2018, p. 83). E mais: "o pop seria uma prática cultural caracterizada pela presença de marcadores culturais, dentre os quais

alguns dominantes e que se situam nesse espectro de temporalidade afeita ao cotidiano" (CASTRO, 2015, p. 38), o que é um indício de que certas representações mitológicas conseguem ser repassadas pela cultura pop, e acompanham as transformações tecnológicas, sociais e culturais da sociedade e suas demandas.

Como justificam Conter, Telles e Araujo (2015), com o avanço tecnológico do capitalismo e sua produção cultural, foi criado um repertório digital de memórias culturais, onde fica mais fácil ter acesso aos materiais de diferentes épocas, e com isso a criatividade para transportar histórias, roteiros, aventuras e narrativas para diversas ressignificações é incentivada. Uma vez que a cultura pop tem a intrínseca tendência de se reatualizar, esse repertório expande a criação de novas formas a partir de uma narrativa, e consequentemente o acréscimo de um acervo de imagens e elementos textuais apropriados do mito inicial.

Essa reinvenção própria da cultura pop é marcada pela noção de temporalidade, a qual utiliza o passado para a construção de um futuro ou para a criação do novo totalmente consciente de seus referenciais primordiais (p. 102).

4.4. Temporalidade

A narrativa cinematográfica, no exemplo desta pesquisa, é utilizada em *Drácula 3000* como uma forma de *remake* da história original do Conde Drácula. Isso é comum pois, como ressaltado anteriormente, a indústria cinematográfica capitalista reconta as mesmas tramas a partir de *remakes*, *prequels*, sequências, *reboots* e *spin-offs*. É um processo automático, que para Mano, Corso e Weinmann (2018), expõe o esgotamento criativo na produção das obras artísticas/culturais, e o apelo para fórmulas prontas no que tange a construção de narrativas, e como resultado temos materiais cada vez mais básicos e genéricos, planejados para faturamento de lucro por meio das bilheterias e *merchandising*. As características do mito já abordadas mostram como esse é capaz de exercer fascínio, e suas propriedades favorecem a

repetição e reimaginação desse para sua utilização como produto mercadológico vicioso e viciado (p. 84).

A cultura necessita dessa redescoberta de materiais esquecidos ou localizados em círculos sociais limitados, para os atualizar e reinventar. Com novas roupagens, narrativas do passado retornam como elementos criativos novos, capitalizáveis, mercantilizados e, o mais importante, lucrativos (CONTER; TELLES; ARAUJO, 2015, p. 93). Como exemplo do mito do Drácula, sua narrativa, valores, conteúdos e elementos não caíram no esquecimento ou nichos por serem perpetuados na cultura pop. Suas características e estrutura base seguem vivas e sendo recontadas em novas roupagens, estéticas, produções, com a benesse de processos de atualizações constantes. *Drácula 3000* é um exemplo de produção cultural responsável por repassar um mito adiante, se aproveitando de suas características clássica e impulsionar essas para um futuro distante, tanto em tempo quanto em espaço, e mesmo assim induzir o espectador a um sentimento de **já visto** e de pertencimento à um conjunto de ideias e elementos. Como diz Castro (2015) : "sua temporalidade não tem angústia do tempo. Não compreende o tempo como um limite. É o modo do presente, da quotidianidade" (39). Isso mostra a valorização e exploração da originalidade dentro de uma mitologia já sabida popularmente de variadas formas.

O repositório de dados digital do capitalismo, que permite o fácil acesso aos produtos culturais desenvolvidos, simplifica o processo de remoção de alguns desses de seus contextos originais, para as realocações e desmaterializações que atemporalizações suas propriedades narrativo-míticas (CONTER; TELLES; ARAUJO, 2015, p. 99).

4.5. Ficção Científica

Para categorizar *Dracula 3000* em um ou mais gêneros cinematográficos é necessário, antes de tudo, compreender que esses apresentam hibridismo e se apropriam de elementos uns dos outros para construir novas possibilidades narrativas, ampliando a versatilidade e instigamento dessas (SANTANA, 2015). No filme estudado, os principais **a priori** são a ficção científica e o terror. Ficção científica, pois fabula fenômenos com o uso de conhecimentos científicos e tecnologias que podem ser desenvolvidas em algum momento futuro. E terror, por buscar o fascínio através do incômodo e desconforto capaz de provocar em quem assiste (NOGUEIRA, 2010).

Como o gênero central da obra é a ficção científica, temos que analisar como esse filme se enquadra dentro das 5 fases da ficção científica, elaboradas por Santana (2015): 1ª) Trabalha a narrativa a partir de um maravilhoso (que causa assombro) e dos impactos desses para a humanidade (p. 150); 2ª) Vai construir as narrativas envolta de uma cientificidade que direciona os rumos da humanidade (p. 153); 3ª). Estabelece a inserção de um modo fabular à ficção científica (p. 153-154); 4ª) Planta os padrões narrativos decorrentes da presença desses aparatos tecnológicos ficcionais (p. 154); 5ª) Na última, é mesclado o legado do gênero e da narrativa da obra, com os artifícios visuais e sonoros criados para representar e imprimir imersão no espectador, enquanto simultaneamente são misturadas as quatro fases anteriores (p. 154).

Dessa forma, o filme é desconstruído por uma análise dentro do seu próprio gênero principal, e verificado se esse corresponde a essas fases e outras características da ficção científica.

4.6. Arquétipos junguianos

O conceito de arquétipos pode ajudar na compreensão de como os personagens de *Dracula 3000* foram concebidos e de quais ideias as suas personalidades passam aos espectadores. Um arquétipo é uma ideia inata que pode ser utilizada para interpretar observações empíricas (CELIKEL; TANIYAN, 2015, p. 13). Eles podem ser pensados como construções coletivas históricas de nossa sociedade. Dentro do conceito de inconsciente coletivo, Jung costumava comparar os arquétipos aos órgãos humanos: órgãos psicológicos do indivíduo que se adaptaram ao longo do tempo em um processo evolutivo (BOEREE, 2006).

Os arquétipos são bastante utilizados em outras áreas além da psicologia, como na crítica e na concepção de publicidade e cinema. No cinema dito *mainstream*, que abarca um grande orçamento disponível para produções feitas para a obtenção de um lucro massivo, como discutimos previamente a ideia dos mitos utilizados em *remakes* como esse, os arquétipos são vitais para o desenvolvimento de personagens carismáticos e completos que cativem o público. Essa escolha de roteiro, dentro da cultura pop, "explora de forma pragmática as adaptações do conceito junguiano, a partir principalmente das obras O herói de mil faces, de Joseph Campbell, com sua teoria da "jornada do herói", ou "monomito", e A jornada do escritor, de Christopher Vogler, que desenvolve uma espécie de guia para roteiristas." (ANAZ, 2020, p. 253).

Para chegarmos nos conceitos definidos por Vogler e Campbell, que ajudarão na compreensão individual de cada personagem do filme subsequentemente, voltemos um pouco para um histórico breve do que se tem por arquétipo.

A ideia dos arquétipos remontam ao mundo das ideias de Platão, ressoou em muitos outros filósofos como Kant, até chegar no que foi formulado pelo psicólogo suíço Carl Jung - apesar do conceito junguiano de arquétipo ser bem diferente dos seus antecessores. Novamente, Jung pensava os arquétipos como órgãos psicológicos do cérebro humano que, dentro do inconsciente, demarcam características comuns a todos os indivíduos e agem

como mitos que antropomorfizam a realidade (JUNG, 2000, p. 71). Em suma, eles funcionam como motivos inconscientes, mas coletivos, para as ações dos personagens; são facilmente identificáveis e formulaicos - uma forma prática de construção literária.

Isso ocorre, pois ao deparar-se com o arquétipo, "a mente humana (em sua parte inconsciente) abriga *imagens primordiais, universais e a-históricas* que operam na psique e resultam em padrões de comportamento suprapessoais." (ANAZ, 2020, p. 255). Entretanto, Jung difere o arquétipo da ideia de mito. O arquétipo está presente na criação mitológica, porém, é visto como uma reação psicológica mais imediata do que as elaborações conscientes historicamente concebidas que a definem.

Sua manifestação imediata, como a encontramos em sonhos e visões, é muito mais individual, incompreensível e ingênua do que nos mitos, por exemplo. O arquétipo representa essencialmente um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção, assumindo matizes que variam de acordo com a consciência individual na qual se manifesta. (JUNG, 2000, p. 17).

Como conceitos pré-concebidos, os arquétipos tiveram um papel fundamental nos mitos de criação e na tradição, por exemplo. Então, é impossível pensar na produção cultural histórica do ser humano sem sua presença. Os padrões cognitivos podem ser encontrados em diversas culturas completamente autônomas entre si (ANAZ, 2020, p. 256).

É com esta conceitualização que o cinema norte-americano vai lapidar sua técnica de reprodução dos arquétipos no cinema, principalmente nos filmes de Hollywood a partir dos anos 1970 (ANAZ, 2020, p. 259). Sobretudo, com a publicação de *O Herói de Mil Faces*, de Joseph Campbell, onde ele trará a ideia da jornada do herói e do monomito ao cinema (conceitos muito discutidos na comunicação e nas artes atualmente), e *a posteriori*, do manifesto *Um Guia Prático para o Herói de Mil Faces* e do livro *A Jornada do Escritor: Estruturas Míticas para Escritores* de Christopher Vogler, que aliaram os arquétipos específicos apresentados por Jung em sua tese a outras teorias. Assim, sacramentando os arquétipos filmicos como conhecemos hoje.

5. Análise fílmica

5.1. Realocação e ressignificação

O processo que foi descrito do papel dos mitos narrativos e de sua apropriação ao capitalismo é bem visível em *Dracula 3000*. A proposta do filme é diretamente voltada em se apropriar da mitologia famosa e consolidada do vampiro, utiliza o nome de Drácula e de outros personagens relevantes desde sua gênese - por exemplo, o famoso matador de vampiros, Van Helsing, se torna o capitão da nave Mãe III, Abraham Van Helsing - e o filme passar por uma realocação e ressignificação próprio para se enquadrar no gênero da ficção científica, essa catarse mítica posiciona o acúmulo de passado mantido no original para o ano 3000, em um futuro inimaginável e com liberdade criativa para seus idealizadores (SANTANA, 2015). Fica mais nítida a relevância de se estudar o marco que o *remakes* e *reboots* na recontagens das narrativas marcantes presentes na cultura pop, e podemos compreender melhor a perpetuação das estruturas mitológicas de origens antigas - às vezes desconhecidas - por meio de suas atualizações elaboradas ao longo da historicidade.

Mais amostras desses fenômenos nos são fornecidas ao longo da experiência fílmica de *Dracula 3000*. O nome dos personagens, suas funções e objetivos finais são realocados e se mantêm até certo ponto da trama, e o lugar geográfico da Transilvânia (região da Romênia) se transmuta em um planeta habitado por vampiros, dando assim sentido para tal local dentro da proposta da obra. Isso é o efeito obtido ao se desmaterializar e atemporalizar o mito (CONTER; TELLES; ARAUJO, 2015), desmaterializar ao remover os contextos originais dos conteúdos daquela narrativa e os insere em novas roupagens e acepções, e temporalizar ao alocar tal história para um novo espaço temporal definido no processo criativo de elaboração do filme.

Isso também é observável quando analisamos o comportamento, crenças e racionalidades dos personagens. Símbolos e credos tradicionais e difundidos há séculos, como a cruz, a noção do cristianismo e a concepção de Deus, são ilegais no ano 3000 d.C. e, como resultado, os personagens desconhecem as fraquezas clássicas dos vampiros. Para enfrentarem Conde

Drácula e seus servos, os tripulantes devem entrar em contato com um passado distante e esquecido, e esse diálogo com o passado, presente desde o início do filme, é o que dá sentido, forma, desenvolvimento e conclusão ao filme.

5.2. Ficção Científica

Como parte dos processos já ditos da ficção científica e a relevância dos conceitos científicos e tecnológicos para classificação e consolidação do gênero, devemos entender quais outros dialogam com esse e estão presentes em *Drácula 3000*. Nogueira (2010) justifica que, na ficção científica, as religiões e magias, que dominaram os discursos e crenças sociais da humanidade são substituídas, pela tecnologia e racionalidade lógica - uma vez que a ciência desmistifica e esclarece os fenômenos -. Como explicado, o futuro do filme deixa isso notável, com os conhecimentos e desconhecimentos dos personagens, sem nenhuma noção de messianismo, divino e profano. Isso por si classifica o filme no gênero.

O filme também pode ser classificado nesse gênero pela presença das 5 fases da ficção científica de Santana (2015). Importante ressaltar que essas fases se apresentam embaralhadas e mescladas, não estando necessariamente em ordem, mas sim dentro da miscelânea que compõem uma obra cinematográfica.

1ª Fase: O trabalho do "maravilhoso", da "surpresa", acontece com a introdução da nave abandonada logo no início, quando os tripulantes da Mãe III entram no veículo espacial fantasma e se deparam com situações inexplicáveis, como cadáveres segurando crucifixos, e começam a criar suspeitas e teorias quanto ao que aconteceu com a nave do que estava sendo transportado na carga abandonada.

2ª Fase: O trabalho da narrativa por meio da cientificidade se dá pelo uso do próprio tempo em que o filme se passa. Conceitos como viagens interplanetárias, passando por diferentes sistemas solares, e o uso de aparatos avançados e de termos científicos inexistentes na atualidade inserem o espectador dentro do recorte temporal em que se transmite a película.

3ª Fase: A introdução do modo fabular dentro da ficção científica acontece na trama que dá nome ao filme, na qual o elemento vampiresco, bem como a mitologia (família Van Helsing, modos de matar e espantar um vampiro) vão se tornando mais evidentes e presentes. A concepção de algo além do lógico, que precisa ser enfrentado usando até mesmo a fé e a religião, traz uma interrupção da ciência e da lógica antes vigentes no filme.

4ª Fase: A trama é resolvida utilizando a tecnologia e, no caso do filme, direcionando a nave para a estrela mais próxima para que sua luz mate o vampiro. Assim, o aparato tecnológico se alinha com a lenda sobrenatural e sombria do vampiro para a solução do problema inicial.

5ª Fase: A utilização técnica de imagens e sons, tanto com efeitos computadorizados quanto com efeitos práticos, se mistura aos elementos das fases anteriores, para que a junção de todas elas construa o tecido fílmico.

Juntas, essas fases exercem vários aspectos da ficção científica contemporânea, em que os personagens e seus dramas "perdem força para o efeito científico e acabam por deslocar o eixo narrativa do drama humano para um espaço narrativo que deixa em segundo plano o drama individual de cada personagem" (SANTANA, 2015, p. 155-156).

Retornando à 3ª fase, o modo "fabular" dentro da ficção científica se relaciona bem com o gênero. Uma vez que os tipos de saber (religioso e científico) podem apresentar proximidades e diálogos em suas abordagens, com ambos tendo os mesmos objetivos: dar respostas e projeções sobre fenômenos, ações e possíveis futuros para a humanidade (NOGUEIRA, 2010). A fantasia seria então um gênero essencial para o uso da ficção científica no objeto estudado, pela forma como traz à tona essa forma de conhecimento místicos, religiosos e fabulares, e como sustenta seu *plot* em uma mitologia abundante em conceitos e concepções desses tipos.

Para encerrar o tópico, a ficção científica do filme também dialoga com outros dois gêneros: o terror e a ação. O terror por apresentar a angústia advinda da ameaça da criatura sobrenatural e racionalmente incompreensível do vampiro. E ação nas cenas de batalha, uso de equipamento bélico e coreografia de lutas com artes marciais e de

autodefesa, todos recursos usados tanto pelos mocinhos quanto pelos vilões na tentativa de subjugar uns aos outros.

5.3. Jornada do Herói e análise arquetípica das personagens

As fases da ficção científica não fogem da lógica dos arquétipos apresentados por Jung em sua construção de roteiro e personagens e, retomando a discussão anterior, o gênero não está livre do *monomito*, conceito retratado na obra de Joseph Campbell. Cabe aqui uma breve contextualização para que os personagens de Dracula 3000 possam ser descritos na lógica arquetípica junguiana.

Como dito previamente, Campbell e Vogler deixaram as ideias de Jung mais palatáveis para o estudo do cinema e para a identificação dos atores da construção de personagens. Campbell começa a falar da Jornada do Herói entendendo que toda a mitologia, sendo mitos de criação, filosofia, religião e artes funcionam dentro do círculo básico do mito - o que significa que são inspirados pelo mesmo e se encontram dentro do limite da atividade da mente humana (CAMPBELL, 1997, p. 5-9). Toda história contada que contém um herói, desde Prometeu, Moisés, Buda até os dias de hoje com personagens como Frodo, Beatrix Kiddo e Gordon Freeman, abusam da jornada do herói e de suas fases e componentes.

É claro que a história de Moisés não é minuciosamente igual a da Noiva de *Kill Bill*, mas como os mitos são historicizados e mutáveis ao longo do tempo, os arquétipos e a jornada do herói também encontram-se em um espaço onde "cada contador de histórias adapta o padrão mítico a seus propósitos ou às necessidades de sua cultura." (VOGLER, 2006, p. 35). Isso seria o conceito do livro de Christopher Vogler, *O Herói de Mil Fases*, onde ele realizou uma análise mais compacta e realmente formulaica para o ato da escrita, ao reverenciar a obra de Campbell. Para Vogler, a jornada do herói é composta de doze fases. São elas: o *mundo comum*; o *chamado à aventura*; a *recusa do chamado*; o *encontro com o mentor*; a *travessia do primeiro limiar*; *testes, aliados, inimigos*; a *aproximação da caverna oculta*; a *provação*; a

recompensa; o caminho de volta; a ressurreição; o retorno com o Elixir (VOGLER, 2006, p. 36-46).

Nas doze fases, podemos encontrar o que Campbell chamou de o *monomito*, as histórias sempre se repetem de acordo com a lógica *separação-iniciação-retorno* (CAMPBELL, 1997, p. 17). Ele descreve essa "unidade nuclear" da mitologia como "um afastamento do mundo, uma penetração em alguma fonte de poder e um retorno que enriquece a vida." (CAMPBELL, 1997, p. 20). Em relação com o esquema de Vogler, a *separação* pode ser encontrada no chamado à aventura, onde o herói encontra-se fora de seu mundo comum e se vê num local hostil e diferente, podemos pensar em Harry Potter na primeira ida à Hogwarts ou aqui quando os personagens saem do conforto da Mãe III e adentram a nave espacial desconhecida. A *iniciação* pode ser entendida como toda fase posterior ao encontro com o mentor: os testes, inimigos, a provação etc, é o que cria o conflito e onde reside o *climax* da história, aqui o descobrimento do Drácula e por exemplo, a jornada enfrentada por Frodo após a missão da destruição do anel dada pelo mentor *Gandalf*. Por último, o *retorno* é a resolução, quando o herói completa sua jornada, ele supera seus problemas internos (da *psique*) e torna-se o herói *de facto*, retornando ao seu local de origem com uma recompensa, com seu dever cumprido ou com um maior conhecimento (o que seria, dentro da análise de Vogler, o *retorno com o Elixir*).

5.3.1. Capitão van Helsing (Casper Van Dien)

Van Helsing é tido na trama como descendente direto do personagem Abraham Van Helsing, o caçador de vampiros do Drácula de Bram Stoker. Ele é alvo da ira e da vingança do Conde Orlock e a razão para o vampiro ter retornado de seu sono (embora o filme não explique como o encontro entre os dois foi proposital).

O capitão é a força motriz da equipe e o seu líder. Ele se posiciona no ranque mais alto entre os tripulantes, dita as ações de todos e confere todas as decisões antes de serem deferidas. Segundo os conceitos de Jung sobre inconsciente coletivo e arquétipos, Van Helsing se enquadra claramente na posição do herói do filme.

O herói é aquele que alcança seus objetivos por meio de valores pré-estabelecidos e de atos gloriosos. Ele sempre busca o bem-estar de todos ao redor, às vezes, até, sem o considerar o próprio. No filme, o personagem tenta em vários pontos não demonstrar fraqueza, mas coragem, outras características adicionais deste arquétipo.

Inclusive, em *Dracula 3000*, diferentemente de outras edições envolvendo a mesma mitologia, não é Van Helsing que consegue derrotar o vilão. Ele age como mártir na película, cabendo aos outros companheiros que restaram pilotar a nave espacial para o sol e acabar com Conde Orlock.

5.3.2. - 187 (Coolio)

O personagem interpretado pelo rapper Coolio é diferente dos demais. 187 é dividido claramente em dois arquétipos em cenas distintas: bobo da corte e fora da lei.

Desde a descrição dada sobre 187 no começo do filme, na qual é exposto que ele possui um Quociente de Inteligência de valor 187 e começou a perdê-lo após entrar na universidade de Berkeley por "fumar tudo o que encontrava", o personagem enquadra-se na posição de bobo da corte.

O bobo da corte tem duas características muito evidentes: a diversão inconsequente e a necessidade de enquadrar-se em um grupo – muitas vezes, rebaixando-se à humilhação para alcançar o segundo. Embora todos os personagens tenham uma personalidade caricata, é 187 que age de maneira humorística e tenta quebrar as expectativas das cenas. Ele é espontâneo a todo momento e, por causa disso, acaba por ser o primeiro a encontrar Conde Orlock, já que estava abrindo os caixões da nave para encontrar drogas.

Essa mesma cena é importante para visualizar o segundo arquétipo predominante na construção do personagem. O fora da lei não se importa com regras que difiram de sua moral. Por vezes, 187 é desdenhado por seus companheiros que o fazem de chacota e, por isso, ele tem uma sede de vingança ao se tornar vampiro. Também, pelo mesmo motivo, desobedece às ordens de Van Helsing.

5.3.3. Aurora Ash (Erika Eleniak)

Aurora pode ser entendida como a personagem mais complexa ou como um caos de personalidades. A androide age de diversas formas no decorrer do filme, ainda mais quando revela aos seus companheiros ser uma espiã (excluindo aqui a incoerência do roteiro, pois seria impossível ela estar acompanhando o grupo pelo tempo dito).

Um dos arquétipos encontrados nas ações e na personalidade de Aurora é o do prestativo, pois sempre procura proteger e ajudar aqueles ao seu redor. Inclusive, aqui talvez os roteiristas tenham feito referência ao escritor americano Isaac Asimov e às suas três leis da robótica, desenvolvidas ao longo de suas obras de ficção científica.

Asimov define a primeira lei como: "Um robô não pode ferir um ser humano ou, por inação, permitir que um ser humano sofra algum mal". Aurora é altruísta, e quando é ordenada por Van Helsing a matar um dos vampiros que estavam dormindo nos caixões, a androide não é capaz de fazê-lo.

Outros arquétipos presentes na personagem são o do amante e o do sábio. Ela é dotada de uma inteligência descomunal (por ser um robô), embora muitas vezes não a utilize, pois deve obediência ao capitão Van Helsing e tinha como objetivo a espionagem – fato que pode ser observado quando ela coloca a perna fraturada de 187 no lugar, demonstrando grande conhecimento de medicina e super força.

O arquétipo do amante não é tão aparente. Ele é mais facilmente observado nas relações amorosas e/ou íntimas dela com Van Helsing e Humvee e no desejo de agradar aos outros. Já outras características gerais do amante, como o medo de ficar só e a perda da personalidade, não estão presentes na personagem.

5.3.4. Arthur "O Professor" Holmwood (Grant Swanby)

"O Professor" é o cérebro da equipe. Ele sempre digita rapidamente nos computadores, utiliza óculos e se locomove em uma cadeira de rodas – reforçando estereótipos de pessoas muito inteligentes. É o personagem que mais tem autonomia no grupo.

Por conta disso, "O Professor" se enquadra no arquétipo do sábio, o qual prioriza o conhecimento e possui informações privilegiadas que os outros não compreendem. Isso se torna cômico de uma maneira não intencional em certas cenas, já que, em um grupo de mercenários espaciais, espera-se que conheçam os termos básicos da pilotagem de naves ou que saibam ao menos o objetivo da missão.

5.3.5. Humvee (Tommy "Tiny" Lister)

Humvee é descrito no filme como alguém cuja única qualidade é ser forte. O personagem não possui um arquétipo predominante. Na maioria das cenas, Humvee segue ordens do capitão Van Helsing e faz comentários inapropriados.

Apesar disso, ao se deparar com a conversão de 187 em vampiro, ele demonstra uma conexão muito forte entre os dois (que não havia sido colocada anteriormente), lembrando vagamente o arquétipo do prestativo, cujo principal mote é a garantia do bem do próximo.

5.3.6. Mina Murry (Alexandra Kamp)

Drácula 3000 inicia com uma sequência em que Mina está adentrando a nave sozinha e, a priori, ela aparenta ser a personagem principal. Entretanto, além de algumas falas que expressam a sua preocupação diante da missão e a sua vontade de regressar, sua aparição é bem breve. Ela é a primeira personagem a ser morta por 187 e não regressa como vampiro.

Por esse motivo, não há muita informação para determinar o arquétipo aplicado na construção dessa integrante da tripulação.

6. Considerações finais

Drácula 3000 é considerado um péssimo filme, tanto por avaliações de críticos especializados quanto pelo público geral. Apresenta críticas fundadas tanto no conteúdo por si próprio, quanto na filmografia, desenvolvimento da trama e de seus personagens. Entretanto, até mesmo um filme intelectualmente não valorizado possui seu valor intelectual, o qual exprime elementos das tendências mercadológicas da indústria cinematográfica. Assim como o cinema se utiliza de narrativas populares para recontá-las sob novas roupagens, mostrando uma ação conjunta benéfica para ambos, a indústria desenvolve produções culturais para obtenção de lucro, e os mitos continuam sendo narrados adiante.

Referências fílmicas

DRACULA 2000. Direção de Patrick Lussier. Produção de W.K. Border e Joel Soisson. Roteiro: Joel Soisson e Patrick Lussier. Música: Marco Beltrami. 2000. (105 min.), son., color.

DRÁCULA 3000. Direção de Darrell Roodt. Produção de David Wicht. Roteiro: Ivan Milborrow e Darrell Roodt. Música: Michael Hoenig. África do Sul: Film Afrika e Apollopromedia, 2004. (86 min.), son., color.

DRÁCULA: A História Nunca Contada. Direção de Gary Shore. Produção de Michael de Luca. Roteiro: Matt Sazama e Burk Sharpless. Música: Ramin Djawadi. Estados Unidos: Legendary Pictures Michael de Luca Productions, 2014. (92 min.), son., color.

KOYAANISQATSI: Life Out of Balance. Direção de Godfrey Reggio. Produção de Godfrey Reggio. Roteiro: Godfrey Reggio, Walter Bachauer, Ron Fricke e Michael Hoenig. Música: Philip Glass. 1982. (87 min.), son., color.

NOSFERATU. Direção de F. W. Murnau. Produção de Albin Grau. Roteiro: Henrik Galeen. Música: Hans Erdmann. Alemanha: Prana-Film, 1922. (94 min.), P&B.

SARAFINA! O Som da Liberdade. Direção de Darrell Roodt. Produção de Ian Bryce. Roteiro: Mbongeni Ngema. Música: Stanley Myers. África do Sul: Miramax, BBC, Hollywood Pictures, 1992. (117 min.), son., color.

Referências bibliográficas

ANAZ, S. A. L. Teoria dos arquétipos e construção de personagens em filmes e séries. **Significação:** Revista de Cultura Audiovisual, [S. l.], v. 47, n. 54, p. 251-270, 2020. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/significacao/article/view/159964>. Acesso em: 25 maio 2021.

BARONY, J. **12 arquétipos de marca que você precisa conhecer.** Disponível em: <https://designculture.com.br/12-arquetipos-de-marca-que-voce-precisa-conhecer>. Acesso em: 9 dez. 2020

BOEREE, C. George. **Personality Theories.** 2006. 13 f. Tese (Doutorado) - Curso de Psicologia, Departamento de Psicologia, Universidade de Shippensburg, Pensilvânia, Estados Unidos. 1997. Disponível em: https://nanopdf.com/download/dr-c-george-boeree_pdf. Acesso em: 10 dez. 2020.

CAMARGO, H. W. **Mito e filme publicitário:** estruturas de significação. Londrina: EDUEL, 2013.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. 10. ed. São Paulo: Cultrix; Pensamento, 1997.

CASTRO, F. F. Temporalidade e quotidianidade do pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura Pop**. Salvador; Brasília: EDUFBA; Compós, 2015. p. 35-44.

CELIKEL, M.; TANIYAN, B. **English Studies: New Perspectives**. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing, 2015.

CONHECIMENTO LITERATURA. **O Drácula na cultura popular**. Disponível em: <https://conhecimentoliteratura.com.br/o-dracula-na-cultura-popular/> . Acesso em: 19 dez. 2020

CONTER, M. B; TELLES, M.; ARAUJO, A. O Revirtual: a memória da memória na cultura pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura Pop**. Salvador; Brasília: EDUFBA; Compós, 2015. p. 93-108.

HATTAWAY, M. **Case Number 06088** - Dracula 3000. Disponível em: <<https://web.archive.org/web/20081228231633/http://www.dvdverdict.com/reviews/dracula3000.php>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

JUNG, C. G. **Arquétipos e o inconsciente coletivo**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

LUBRANO, Isabella. **Drácula, de Bram Stoker #221**. Youtube, 15 mar. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=QUN17zKPUtQ>>. Acesso em: 17 nov. 2020.

MANO, G.; CORSO, M.; WEINMANN, A. O. Psicanálise e cultura pop: os mitos no contemporâneo. **Psicol. USP**, São Paulo, v. 29, n. 1, p. 78-86, jan./abr. 2018.

NOGUEIRA, L. **Manuais de cinema II** - gêneros cinematográficos. Covilhã, Portugal: LabCom Book, 2010.

REVISTA GALILEU. **Drácula**: tudo que você precisa saber sobre a obra de Bram Stoker. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2017/10/dracula-tudo-que-voce-precisa-saber-sobre-obra-de-bram-stoker.html>. Acesso em: 20 dez. 2020

SANTANA, G. O líquido céu do futuro: o cinema de ficção científica na cultura pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério (Orgs.). **Cultura Pop**. Salvador; Brasília: EDUFBA; Compós, 2015. p. 151-164.

VANOYE, F.; GOLIOT-LÉTÉ, A. **Ensaio sobre a análise fílmica**. 5. ed. Campinas: Papyrus, 2008.

VOGLER, Christopher. **A jornada do escritor**: estruturas míticas para escritores. Trad. Ana Maria Machado. 5. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2006.

SONHOS DE CONSUMO, FÉ NO PARAÍSO E FUNK OSTENTAÇÃO: O VIDEOCLÍPE COMO ALTAR SACRIFICIAL

Sionelly Leite*

Introdução

Ritmo ainda discriminado, o funk se revela mais que um ritmo dançante, sensual, pulsivo, sexy, que nos faz, instintivamente, nem que seja balançar a ponta do pé. O funk, enquanto prática social e cultural, se revela como moeda, investida de duasfaces: embora seja um ritmo alegre e contagiante, é, também, fundado em abismos sociais, exclusão, marginalização, pobreza e miséria, e assim paradoxais. Por ironia ou destino, um dos estilos mais consagrados no funk brasileiro é o ostentação, que fala de luxo e consumo pelos MCs, que falam da favela, onde estão os marginalizados e esquecidos, mas, também, cercados de ricas práticas culturais e instigados para o consumo de bens - e mulheres. Olhar o funk ostentação pela lupa da pesquisa científica, assim, é se deparar com letras que rimam o cotidiano da favela, mas também a ascensão econômica e social dos MCs, que se dá pela música, pela arte, pela cultura, pela resistência, pelo consumo. Ver o funk, ainda, é ver imagens que subscrevem os sonhos dos MCs e dos funkeiros, que são seus consumidores.

A primeira música de sucesso considerada funk ostentação foi o *Bonde da Juju*, da dupla Backdi e Bio G3, mas o primeiro videoclipe¹ ostentação veio com a música *Megane*, do MC Boy dos Charmes. O audiovisual, lançado em 2011, foi gravado na cidade de Tiradentes, interior de São Paulo, e abriu o "simbólico", o visual do ostentação. O MC segura bebidas caras, usa óculos Juliet, comete infrações empinando a moto, pilotando sem uso de capacete, inclusive, ora mostrando carros caros, ora motos de altas cilindradas e outros elementos de cena emprestados de amigos (até mesmo o tênis do MC foi emprestado por uma loja

* Doutoranda em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR).

¹ Funk ostentação: a brincadeira que virou fábrica de milionários. R7, 2019. Disponível em: <<https://entretenimento.r7.com/musica/funk-ostentacao-a-brincadeira-que-virou-fabrica-de-milionarios-23122019>>

da cidade onde o videoclipe foi gravado), o refrão repete “*Imagina eu de Megane*”, carro normalmente comprado por quem é da classe média.

De 2011 para cá, o sonho de um Megane deu lugar a uma Lamborghini, Porsche ou Mercedes Benz, e é essa trajetória de transformação nos sonhos de consumo que nos interessa. Mas luxo e favela, juntos, são indicativos de uma realidade paradoxal? Esse cenário é, então, um paraíso sonhado? Eis o fio de observação da minha futura tese, que, ainda em tessitura, investiga dentro das práticas sociais e culturais os videoclipes musicais do funk ostentação, que enquanto anúncios, são o verdadeiro palco onde os MCs se lançam, se representam e narram histórias. É, ainda, pelo videoclipe que o público consome massivamente a música, conforme atingem centenas de milhões de visualizações em plataformas digitais, como o YouTube.

Falar sobre o funk, assim, é ver seu lugar de fala dentro da Comunicação de Massa, “um lugar privilegiado, uma espécie de janela com vista panorâmica para a sociedade.” (ROCHA, 2010, p.36). E ver o videoclipe, é ver símbolos da vida social em atividade. E quais símbolos são trazidos no funk ostentação que representam o paraíso sonhado e ilustrado nos videoclipes? Para dar início a essa investigação, este capítulo trata da proposta de análise da tese, em tessitura, à medida em que provoca questões e reflexões para esta autora que escreve.

1. Que fita é essa de funk na ciência?

A música me dá imagens, as imagens me dão música. As músicas, mais que sons, fazem ver, seja a dança, seja um ritmo, sejam traços do cotidiano, sejam mazelas, seja a desigualdade, seja a beleza, seja a resistência. A música, reflexo das práticas culturais, nos permite uma busca arquetípica. Olhando para o rap do Facção Central como objeto de análise, esta pesquisa teve como estopim o videoclipe *Isso aqui é uma guerra* (1999), o primeiro da banda a ser transmitido em uma emissora televisiva, mas que foi vetado (para não dizer censurado) por órgãos governamentais de São Paulo. Para Carlos Cardoso, assessor de Direitos Humanos do Ministério Público Estadual de São Paulo, o videoclipe estaria

incitando ao crime e, sem apontar o tamanho das raízes dos problemas sociais brasileiros de que fala a música, vetou o audiovisual e os CDs de circulação.

Isso aqui é uma guerra é um dos raps mais polêmicos, mas também mais condizentes com a realidade subalterna, pobre e periférica do Brasil, só não é mais chocante do que a própria realidade, morô? *Isso aqui é uma guerra* é a cena real de quem é algemado na notícia da TV e é chamado de ladrão sem ser julgado; é a rima que dá a letra sobre o crime, o racismo, a desigualdade, mas parte do ponto de vista do criminoso. Vai dizer que isso não é louco (sic!)? Mas, *Isso aqui é uma guerra* é de 1999, e de lá para cá muita coisa mudou (outras continuam as mesmas, como o crime e o preconceito), inclusive as relações entre música e favela, e isso me trouxe novas perspectivas. O rap, é claro, ainda existe com força e grande representatividade (máximo respeito!), mas quando pensado sob a óptica do *zeitgeist*², percebemos que é o funk o movimento mais atual, lucrativo (e também paradoxal), que pode nos coroar com um cenário que aponte as vistas das relações entre música e favela, e também o consumo.

Prova disso é a música "*Bum Bum Tam Tam*" do MC Fioti: o funk, lançado em 2017, foi tema de questão de prova no Enem 2020, e é o mais bem sucedido funk do YouTube, com mais de 1 bilhão de visualizações, número alcançado mesmo antes de estourar novamente em 2021, quando a música se tornou hino da vacinação no Brasil contra o coronavírus³. Quando o teste de eficácia da vacina CoronaVac⁴ contra a Covid-19 foi realizado no Brasil, e foi sinalizada a esperança de que, sim, a vacina se mostrou eficiente, o meme já estava pronto: "Vai com o Bum Bum Tam Tam, mexe o Bum Bum Tam Tam, viva o Butantan, viva o SUS."

² Termo alemão para sintetizar o "espírito da época", conceito discutido também por Edgar Morin em "Cultura de Massas no Século XX: O Espírito do Tempo".

³ 2020 foi um ano acometido por uma pandemia que forçou o isolamento social e outras medidas sanitárias, para a não circulação do coronavírus e assim a contenção no número de mortes e internações por coronavírus em todo o planeta. No Brasil, até janeiro de 2021, já são mais de 200.000 mortos.

⁴ A vacina CoronaVac é produzida em parceria entre o Instituto Butantan e a Sinovac Life Science, e no dia 7 de janeiro de 2021 foi comunicado à população que os testes tiveram eficácia de 78% para casos graves contra o coronavírus.

A comemoração pelo resultado da eficácia da vacina foi, com certeza, um alento aos corações que sobreviveram - bem ou mal - a 2020 e foi o funk quem selou (bonito) a conscientização da vacinação contra o Covid-19. A rima perfeita entre *Bum Bum TamTam* e Butantan foi quem deu a cola, por isso não deu outra: com um belo penteado e cabelo platinado azul; ora de óculos Juliet, ora de óculos de proteção para laboratório; ora de roupa larga, ora de jaleco; MC Fioti entrou pelas portas da frente do Instituto Butantan e, num remix ripado, mandou funk na galera, em uma versão nova do videoclipe: “*Vem no Butantan, tã, tã, tã, tã*”. Dirigido novamente pelo Kondzilla, a maior produtora de vídeos de funk no mundo, o cenário é o respeitado Instituto Butantan e entre os participantes (além do MC e o gênio da lâmpada, personagem que aparece na versão original do videoclipe) estão os servidores públicos do Instituto, que vão dançando no passinho, rebolando até o chão, nos corredores, na porta da frente, comemorando a vitória da ciência e do Brasil contra o coronavírus. Dividindo opiniões, o novo videoclipe do MC Fioti foi sucesso mas também abriu discussões se o funk seria o ritmo mais apropriado para o momento. Preconceito? Sim ou não, em uma semana após o lançamento oficial o hit já havia alcançado a marca de mais de sete milhões de visualizações no YouTube. E o que isso tudo significa? É o funk, mano, saindo da favela, chegando no topo das paradas, no asfalto, na quebrada, nas gringa (sic!), no Enem, na novela das oito da Rede Globo de televisão, no Instituto Butantan, e é objeto para estudos da minha tese, é claro!

2. Funk-se!

Sabemos muito do funk pela ótica dos bondes do RJ, mas o funk ostentação, que é um subgênero que surgiu na baixada santista em 2008, revela outra fala, sobre outros “temas”. Se os cariocas seguiram de bonde, os paulistas subiram de nave decolando para o paraíso, tomando *Chandon*, *Ciroc* e *Red Label*, vestindo roupascaras, usando perfumes importados, portando cordões e dentes de ouro, navegando carros super luxuosos, jogando aos montes placas de 100, rodeados de mulheres torneadas empinando e rebolando seus bumbuns.

Assim é o fluxo, o paraíso, o funk ostentação, assim é a cena na cidade mais consumista e badalada da América Latina. No lugar do bonde, o funk ostentação fala da vida classe A de São Paulo, com muito luxo, poder, carros importados, roupas de marcas de luxo, correntes pesadas de ouro, mansões com piscinas, muita modelos, e por aí vai. Além do ostentação, tem também ofunk putaria, funk consciente, pop, melody, ousadia, proibidão e muito outros. Mas o que o funk quer nos mostrar? O funk tem, sim, muito a nos mostrar, e eu digo mostrar porque não é só dançar, também não é só ouvir a batida ou a música, é prestar atenção no que o funk diz, em som e em imagens. As músicas, mais que sons, fazem ver, seja a dança, seja um ritmo, sejam traços do cotidiano, sejam mazelas, seja a desigualdade, seja a beleza, seja a resistência. A música, reflexo das práticas culturais, nos permite uma busca arquetípica.

O ponto alto do funk ostentação vem mesmo com a profissionalização do videoclipe, principalmente com as produtoras musicais Kondzilla e a GR6, que são as maiores produtoras de funk do Brasil. Lembrando que o videoclipe é considerado a publicidade da música, e nos atuais tempos, o que conta para o sucesso são as visualizações, os compartilhamentos, as curtidas. Então somos nós diante desse altar sacrificial onde depositamos nosso tempo para ouvir e ver a música, se sintonizar a ela, dançar, viajar, se identificar, se projetar, em troca do tempo sacrificado.

3. Pioneiros

No histórico do funk ostentação merecem destaque a primeira música do subgênero, intitulada Bonde da Juju, de Backdi e Bio G3; o primeiro grande ídolo, que é o MC Lon, moleque que com 20 e poucos anos já faturava mais de 600 mil por mês; e o primeiro videoclipe de sucesso na história do funk paulista, Megane, do MC Boy dos Charmes (Imagem 1). Gravado na cidade de Tiradentes-SP e lançado em 2011, o videoclipe rendeu mais de 3 milhões de visualizações no YouTube no primeiro mês, número de alta proporção considerando que era só o começo da internet banda larga no Brasil e desse ritmo de funk no Brasil. Os carros,

motos e tudo mais que aparece no videoclipe foi emprestado de amigos, e até mesmo os tênis que o MC calça foram emprestados de uma loja. O MC aparece na quebrada rodeado de amigos, festejando, jogando dinheiro para o ar, segurando bebidas caras, e empinando moto, o famoso “mandando o grau”, sem capacete. Ele, que antes de ser MC era ajudante de obra, diz assim: *“Imagina eu de Megane, ou de 1.100, invadindo os baile, não vai ter pra ninguém. Nosso bonde assim que vai, é euro, dolar e nota de 100!”*

Imagem 1 - MC Boy dos Charmes no videoclipe Megane



Fonte: R7 Entretenimento.

Outro nome de destaque é o Guime, MC das antigas e que está firme e forte até hoje. Ele teve como seu primeiro sucesso o refrão “Tá patrão” (Imagem 2), no videoclipe aparece navegando um camaro preto, sem uso de cinto de segurança, jogando aos montes os plaques de 100, rodeado de mulheres e parceiros. Tem também Tchesko (Imagem 3), que decolou com o sucesso “É assim que a gente tá, com mansão à beira mar, contando dinheiro”, ora numa mansão, ora na praia, num iate, tomando champagne caro, rodeado de modelos. O show desse MC custava 15 mil, e ele faturava mais de 100 mil por mês.

Imagem 2 - MC Guime no videoclipe *Tá patrão*



Fonte: Zero.eu

Imagem 3 - MC Tchesko no videoclipe *É assim que a gente tá*



Fonte: Pinterest

Outro MC de destaque foi o Daleste (Imagem 4), que morreu enquanto se apresentava em um show, em 2014. O moleque faturava 200 mil reais por mês, e seus maiores sucessos foram "Deusa da Ostentação", "Mina de Vermelho", "Quem é?", "Gosto Mais do Que Lasanha", "Mais Amor, Menos Recalque!", "Angra dos Reis" e "São Paulo". Na música São Paulo, ele diz: *"Nós tem tanto dinheiro que tô até enjoando. De onde ele vem, tu vai morrer se perguntando. [...] House de boy com nove quartos, tudo liberado. Certo é o certo, o errado é o errado."*

Imagem 4 - MC Daleste no videoclipe *São Paulo*



Fonte: R7 Entretenimento

4. Sonhos de consumo e fé no paraíso

O que se percebe claramente é que o funk ostentação fala de sonhos, de sonhos de consumo, de desejos, bens materiais, satisfação social, vida classe A, a "vida boa", mas também a "vida loka", o gozo eterno, a felicidade, e imagetivamente nos videoclipes isso é construído na forma de um paraíso, paraíso sonhado pros MCs e os funkeiros. Mas, se os meninos ostentam a vida sonhada, ostentam seus desejos e até mesmo suas realizações, de que é preenchido esse paraíso que eles cantam com fé, que um dia construiram? E essa é, então, a questão central da pesquisa: Qual tipo de paraíso o funk ostentação constrói em seus videoclipes?

O objetivo principal da pesquisa, assim, é construir uma arquetipologia estética dos videocliques do funk ostentação; e os específicos são: 1) classificar os elementos utilizados nas narrativas do videoclipe; 2) investigar qual a construção imaginária da periferia com relação ao consumo; e, por fim, 3) analisar as relações entre funk, consumo e periferia. Para a análise serão selecionados 30 videocliques, produzidos entre os anos 2011 a 2020, sendo então 3 clipes por ano, aqueles que tenham um número considerável de visualizações no YouTube. Como método, pretendemos utilizar a Análise de Conteúdo, com apoio teórico da Laurence Bardin, e a priori a ideia é trabalhar a análise com base em 5 aspectos:

- Gerais: tema do videoclipe, impressões, curiosidades relevantes;
- Históricos-sociológicos: padrões culturais, estereótipos, público-alvo;
- Conteúdo: enredo, narrativa, personagens, cenários, elementos cenográficos, marcas;
- Discursos: linguagem, gestos, sons, palavras, vozes;
- Pontos técnicos: composição, enquadramento, movimento de câmera, luz, cores.

5. Revisão de literatura

Para estruturar a pesquisa, a revisão bibliográfica do trabalho vai ser dividida em alguns temas, que serão possivelmente capítulos. Para começar, o primeiro capítulo da tese tratará da História do Funk⁵: manifesto cultural híbrido da negritude nacional e estrangeira, da cultura afro-estadunidense somada ainda aos contextos oriundos das favelas brasileiras. O funk brasileiro é um ritmo dançante e sensual, sexye vulgar, caliente e vibrante, mas também se mistura ao ritmo de experiências fundadas

⁵ Os nomes dos capítulos apresentados aqui são provisórios, por isso mesmo, estão assim, tão "insossos".

em abismos sociais, econômicos, geográficos, entre outros aspectos paradoxais de extrema relevância para alcançar uma compreensão aprofundada do funk como manifestação sócio-cultural. Toma sentido, aqui, o funk enquanto *zeitgeist*, no que se percebe que esse gênero musical desloca a juventude negra - pobre e subalterna - das margens da sociedade para o centro das tramas culturais do país. (REZENDE, 2017).

O funk "*é som de preto, de favelado, mas quando toca... tá ligado?*" Quem nasceu antes da década de 1990 certamente se lembrará desse trecho da música *Som de Preto*, que reverberou sob o comando do DJ Marlboro em rádios e programas televisivos, ainda quando o funk era visto preconceituosamente no Brasil como um manifesto da favela. Chegando de passinho no asfalto, o funk ganhou subdivisões dentro do gênero - abordaremos quais são - e teve o consumo amplificado no Brasil graças a aposta de produtoras em MCs e videocliques, alimentando uma indústria audiovisual milionária⁶. Um dos subgêneros mais populares do funk é o ostentação (*corpus* desta pesquisa), que, por sua vez, surgiu por volta de 2010 na baixada santista e logo foi parar nos bailes Funk da Zona Leste de São Paulo, onde deu aquele salto. Mas foi o videoclipe o verdadeiro palco para o sucesso do funk ostentação.

Assim, no segundo capítulo, *Mídia e Música*, veremos que antes veiculado somente nas TVs como comerciais (no decorrer do trabalho falaremos também das relações do videoclipe e a emissora televisiva MTV), é o videoclipe - esse altar sacrificial - o palco onde se sacraliza a imagem do funk e onde a letra é trazida junto à imagem, e a música é construída visual e simbolicamente, por isso mesmo é onde busco os símbolos apropriados pelos videocliques o que por sua vez propicia a construção de uma linguagem estética audiovisual do funk ostentação. MCs como Daleste, Boy dos Charmes, Gui, Pedrinho, Bin Laden, Guime, Rodolfinho são alguns nomes do sucesso milionários, rendendo em seus videocliques, cada um, dezenas de milhões de visualizações (e dinheiro no bolso). Diante desse histórico

⁶ Disponível em: <https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/funk-ostentacao-paulista/>. Acesso em: 23 jan. 2021.

de ascensão, queda e reinvenções para se adequar ao mercado e ao público consumidor, traçar um histórico dos videoclipes de funk ostentação é importante para nos aproximar das relações entre funk, consumo e periferia, proposta desta pesquisa.

Graças ao desenvolvimento econômico alcançado até a década de 2010, moradores de grandes periferias ampliaram o consumo de smartphones, aparelhos de computação, acesso à internet banda larga, tudo isso aliado a novas ferramentas, aplicativos e sistemas de edição e tratamento digital, facilitando e até profissionalizando o campo musical. (BELO, 2016, p.108). Assim, com a popularização da internet e o maior poder aquisitivo da classe C, a moda era ostentar e “videoclipizar”⁷.

Sendo o videoclipe a publicidade da música, no terceiro capítulo, Antropologia do Consumo, são discutidas as relações entre publicidade e consumo, já que, como aponta Everardo Rocha⁸: “a publicidade [...] é um caminho para o entendimento de modelos de relações, comportamentos e da expressão ideológica dessa sociedade.” (ROCHA, 2010, p.34-35). Assim, levando nossa consciência a refletir a publicidade como um campo onde as narrativas do dia a dia são elementos para a construção e compreensão dos sistemas simbólicos sociais, Rocha cruza a antropologia com a publicidade, e assim chega aos estudos do consumo, fonte teórica para nossas reflexões. Repare que Rocha fala ainda em símbolos, em representações sociais, em momentos do cotidiano, em projeto de vida, sensação, emoção e mágica, tudo de que é abastecida a publicidade: “[...] a publicidade retrata, por meio de símbolos que manipula, uma série de representações sociais sacralizando momentos do cotidiano. [...] Aí, nesse jogo de representações, o cotidiano se faz vivo, se faz sensação, emoção, mágica. O discurso publicitário fala sobre o mundo, sua ideologia é uma forma básica de controle social, categoriza e ordena o universo. Hierarquiza e classifica produtos e

⁷ Vamos utilizar o verbo “videoclipizar” no sentido de transformar um hit em videoclipe.

⁸ Vindo da antropologia, Everardo Rocha cruza esta área à publicidade para falar do consumo, do capitalismo, da comunicação de massa, já que entende a publicidade enquanto sistema simbólico, no que chama de antropologia do consumo.

grupos sociais. Faz do consumo um projeto de vida." (ROCHA, 2010, p.31).

Que projeto de vida é esse que envolve o funk ostentação? Falando de bens milionários (pouco ou quase nada acessíveis à maioria), o funk ostentação precisou, mais uma vez, se reinventar: ao mesmo tempo em que profissionaliza o videoclipe e a figura do MC, as músicas já não falavam da vida da favela, mas de luxo, sonhos de consumo praticamente inalcançáveis, não somente para os funkeiros como também para muitos MCs. Embora a situação econômica tenha melhorado para a classe C brasileira na primeira década dos anos 2000, tendo o auge em 2014 com a alta de empregabilidade (entre 2003 e 2014, a taxa de desemprego caiu de 12,3% para 4,7%)⁹, nos anos seguintes a economia despencou. Isso somado à grande desigualdade e péssima distribuição de renda no Brasil, a vida continua difícil para a maioria que vive na periferia, por isso, mesmo que os MCs estejam fazendo suas fortunas, a realidade mostrada nos vídeos do funk ostentação parece ainda muito distante da "vida real", não passando de um sonho de consumo dentro de uma sociedade do sonho (ROCHA, 1995), em uma sociedade descrita pela passagem do hiperconsumo. (LIPOVETSKY, 2007).

Eis a felicidade paradoxal, de Gilles Lipovetsky (2007): se por um lado vemos os desejos individuais sendo atendidos, e a oferta cada vez maior de bens materiais personalizados que multiplicam os prazeres de "viver bem"; por outro lado, temos uma sociedade que segue diante das misérias do mundo, da perda do sentido humano em oposição à construção de um perfil de consumidor, que, no seu mais íntimo, se questiona sobre o que é, verdadeiramente, ser feliz. Afinal, ser feliz é ter o que se deseja comprar? Ou a felicidade não tem preço? Diante dessas observações, é possível debater a sociedade do hiperconsumo com Lipovetsky e as relações com a felicidade, à medida que são poucos MCs levam uma vida de verdadeira ostentação, sendo as referências para a construção da narrativa de seus vídeos.

⁹ Disponível em:

<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2020/02/uma-decada-depois-de-melhorar-de-vida-como-esta-a-classe-c- hoje-ck768rz840mwa01qdkwca2d8k.html>. Acesso em: 31 jan. 2021.

No quarto capítulo, Arquétipos e Imaginário, tratará sobre os tipos de imagens e cruzaremos conceitos importantes, como mito e arquétipo. Se “mitos são pistas para as potencialidades espirituais da vida humana” (CAMPBELL, 1990, p. 6), os arquétipos, por sua vez, são basicamente “a herança psíquica presente em nós e que residem em nosso inconsciente, de onde emanam forças dominantes que nos moldam como um ser universal.” (JUNG, 2014, p. 66). Para Carl Jung (2014), compreender os arquétipos é compreender os frutos da psique na experiência evolutiva humana, já que é “do inconsciente que emanam influências determinantes [...]. Uma das provas principais disto é o paralelismo quase universal dos motivos mitológicos, que denominei *arquétipos*, devido à sua natureza primordial.” (JUNG, 2014, p. 68. *Grifo do autor*).

Trazendo o conceito de arquétipo, é possível demarcar a proposta desta pesquisa, que visa construir uma arquetipologia estética dos videocliques de funk ostentação, entendendo que na busca pela compreensão dos mitos e arquétipos podemos chegar a questões do nosso mais profundo íntimo. Lembrando ainda, do repertório social, de que fala Everardo Rocha, que é constituído por símbolos amplamente utilizados pela publicidade como narrativa, e é também um repertório mítico, afinal, os símbolos trazidos na publicidade são construídos a partir de observações de experiências cotidianas, histórias do dia a dia, e assim como o pensamento mítico, a publicidade se acha limitada a um repertório produzido pela própria sociedade.

Neste capítulo falaremos, ainda, do imaginário da periferia sobre o consumo, já que com o funk ostentação falamos também da ascensão da favela pela música, pela arte, pela cultura, e sobre aquele sem espaço de fala, aquele que “incomoda”, “daquele que não está em seu lugar”, “do pobretão na sala vip”, o marginalizado que sonha e vive “em uma sociedade que valoriza demais seus bens, e assim ele consegue se fazer presente mesmo a contragosto, usando certa violência latente para tomar seu lugar de fala.” (LUZ, 2017, p.86). Falar dos MCs é falar, assim, do sonhador que sonha ou ele também vive seu sonho? Luxo e favela, juntos, é um indicativo de uma realidade paradoxal? Esse cenário é, então, um paraíso sonhado?

6. Considerações finais

Na proposta da tese descrita aqui, pretendemos, assim, tratar do imaginário da periferia sobre o consumo, já que com o funk ostentação falamos também da ascensão da favela pela música, pela arte e pela cultura, e sobre aquele sem espaço de fala, aquele que, segundo Annelena Luz, “incomoda”, “daquele que não está em seu lugar”, “do pobretão na sala vip”, o marginalizado que sonha e vive “em uma sociedade que valoriza demais seus bens, e assim ele consegue se fazer presente mesmo a contragosto, usando certa violência latente para tomar seu lugar de fala.” (LUZ, 2017, p.86). Sendo assim, podemos pensar algumas questões para a pesquisa: quais são os símbolos do cotidiano trazidos nas narrativas dos videocliques do funk ostentação? Ou: o que os videocliques têm em comum, mesmo sendo de diferentes MCs? Ou ainda: é possível chegar a uma linguagem estética dos videocliques de funk ostentação? Essas divagações são preliminares diante da questão central desta tese: qual tipo de paraíso funk ostentação está vendendo em seus videocliques? Adota-se a ideia de *paraíso* trazida por Everardo Rocha, Marina Frid e Willian Corbo na obra *O paraíso do consumo: Émile Zola, a magia e os grandes magazines* (2016) - mesmo que se trate das chamadas grandes magazines - quando se referem a “um mundo paralelo onde tudo era possível, onde o futuro havia chegado. [...] verdadeiros palácios

que potencializassem um mundo tanto mágico quanto lucrativo." (CORBO, FRID e ROCHA, 2016, p.172).

Assim, se os videocliques musicais são anúncios, e se artistas lançam, se representam, se constroem neles; e o público consome massivamente o produto (música) conforme contam as milhões de visualizações em plataformas digitais como o YouTube, o funk ostentação ganha seu lugar de fala dentro da Comunicação de Massa, "um lugar privilegiado, uma espécie de janela com vista panorâmica para a sociedade." (ROCHA, 2010, p.36). Ver o videoclique, assim, é ver símbolos da vida social em atividade. E ouvir e ver o funk, e mesmo o rap, é se aproximar de uma cultura, de um estilo de vida mais que um estilo musical. Funk é favela, funk é asfalto, funk é ritmo, funk é cultura. Máximo respeito!

Referências

ABDALLA, C. C. **Rolezinho pelo funk ostentação**: um retrato da identidade do jovem da periferia paulistana. Dissertação (Mestrado em Administração de Empresas) - Fundação Getúlio Vargas, São Paulo. 2014.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BELO, R F. **O bonde passou**: videocliques de funk ostentação e o mercado musical brasileiro na Internet. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Territorialidades) - Universidade Federal do Espírito Santo, Centro de Artes, Vitória. 2016.

BOMFIM, C. Funk paulista troca violência por luxo. **Veja**, São Paulo, 2017.

Disponível em:

<<https://vejasp.abril.com.br/cultura-lazer/funk-ostentacao-paulista/>> Acesso em: 23 jan. 2021.

CAMPBELL, J. **O poder do mito**. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CORBO, W.; FRID, M.; ROCHA, E. **O paraíso do consumo**: Émile Zola, a magia e os grandes magazines. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 2016.

CORREA, L. **Videoclique**: potencialidade da experimentação de linguagens no campo audiovisual. 2008. Disponível em:

<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2008/resumos/R11-0100-1.pdf>

> Acesso em: 10 jan. 2021.

FIOTI, MC. **Bum Bum Tam Tam**. São Paulo: Kondzilla, 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=P7S2IKif-A>> Acesso em: 31 jan. 2021.

FIOTI, MC. **Vacina Butantan**. São Paulo: Kondzilla, 2021. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=yQ8xJHuW7TY>> Acesso em: 31 jan. 2021.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JUNG, C G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

LIPOVETSKY, G. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LUZ, A. S. **Proibidão e ostentação: a simbólica do funk**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2017.

MALDONADO, H. **Funk ostentação: a brincadeira que virou fábrica de milionários**. R7, 2019 Disponível em: <<https://entretenimento.r7.com/musica/funk-ostentacao-a-brincadeira-que-virou-fabrica-de-milionarios-23122019>> Acesso em: 07 jan. 2021.

REZENDE, A. **Entre o olhar da pobreza e o som da ostentação: o consumo das narrativas midiáticas do funk ostentação por crianças em contexto de vulnerabilidade social**. 2017. Disponível em: <<https://tede2.espm.br/handle/tede/260>>

ROCHA, E. **A sociedade do sonho: Comunicação, cultura e consumo**. Rio de Janeiro: Editora Mauad, 1995.

ROCHA, E. **Magia e Capitalismo: um estudo antropológico da publicidade**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2010.

VIANA, I. F. **Mulheres negras e baile funk: sexualidade, violência e lazer**. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Minas Gerais, Escola de Educação Física, Fisioterapia e Terapia Ocupacional, Belo Horizonte. 2013.

Uma década depois de melhorar de vida, como está a classe C hoje? Gaúcha ZeroHora (GZH). 2020. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/economia/noticia/2020/02/uma-decada-depois-de-melhorar-de-vida-como-esta-a-classe-c-hoje-ck768rz840mwa01adkwca2d8k.html>> Acesso em: 31 jan. 2021.

O OUTRO LADO DO MITO NA MÚSICA DO HEAVY METAL: DISCUTINDO A FUNÇÃO E A CONTRADIÇÃO MÍTICA NO CAMPO ARTÍSTICO DO METAL

Muryel Moura dos Santos*

Introdução

Os mitos desempenham uma importante dimensão na vida social e em diversas culturas (LEACH, 1983). Mais especificamente, aos membros do Heavy Metal esta dimensão aparece sendo enunciada nas imagens, performances e canções das bandas ao longo da história. Desde meados dos anos 1980, bandas de Heavy Metal anunciam a importância do mito na construção desse mundo social seja através de monstros, ou seja, através de heróis ou narrativas épicas.

Em parte, isso se deve pelo fato dos músicos do Heavy Metal, notadamente, nesse contexto social, serem de origem europeia (países nórdicos) e desejarem falar sobre a cultura local. Do qual, observa-se as bandas falando sobre a natureza, clima e conquistas, fortemente, inspiradas em histórias cunhada por autores como J. R. R. Tolkien e George R.R. Martin que trazem uma nova proposta de mundo.

Para essas bandas destacar os elementos da cultura se torna fundamental e um elemento diferenciador na forma de produzir as músicas, no qual se idealiza um passado em que tudo era rico e possuído de vitalidade em cores e formas, assim como é a natureza. Mas também é importante destacar que essas mesmas visões de mundo alimentam ideias de pureza e altivez as bandas, algo que nos mostra outro lado do mito, quando este é ressignificado por um grupo e mostra que o mito conta mais que uma história fantástica mais também acerca da superioridade de uma "raça" sobre outra.

Para apresentar esses elementos, este capítulo está dividido em duas partes: a primeira parte, tratarei mais especificamente, de que forma o mito aparece no Heavy Metal e, por conseguinte, como este elemento mítico é ressignificado por ideais fascistas que amplamente vem sendo compartilhado e ganhado força com a onda conservadora contemporânea.

* Doutorando em Ciências Sociais (PPGCS/UFCG/PB).

A função do mito no Heavy Metal

Nessa primeira secção, abordo sobre a importância do mito na construção desse mundo social, algo que faz os músicos recuperarem diversos elementos de suas culturas e aplica-las as canções desde contos até instrumentos locais. Apresento algumas letras e detalhe os elementos míticos para mostrar como esses formam e fazem parte do corpus do Heavy Metal, fortemente apoiado pela idealização da masculinidade do Metal.

As bandas de Heavy Metal utilizam os símbolos mitológicos a bastante tempo nas canções e performances, através de personagens marcantes como monstros, elfos, fadas, mágicos e guerreiros. Alguns estilos musicais dentro do Heavy Metal, isto é, os seus subgêneros tratam com mais ênfase sobre temáticas mitológicas que em outros como thrash metal, mesmo assim, o tema da mitologia é algo presente e constituinte desse campo social.

Desde os anos 2000, tenho observado no grupo do Heavy Metal e mediante revistas especializadas e fanzines que muitas bandas, em especial, as europeias tem resgatado e somadas as canções o mito. A incorporação desses elementos inspirados em literaturas e filmes permitem aos músicos e produtores desse gênero musical falar sobre troll, orcs, elfos, anões, humanos como ocorre nas narrativas criadas nos livros e filmes de fantasia que retratam os contos nórdicos.

Ao passo que isso nos é apresentado também se caracteriza o clima em que esses seres vivem, sempre como algo místico, belo e altivo, isto é, se faz uma relação com o ambiente "natural", cuja função é mostrar um cenário distante da realidade vivida na contemporaneidade, em que esses aspectos culturais aparecem obscurecidos pelos efeitos da modernidade. Ao modo também que isso revigora um elo perdido do passado através do resgate feito pela música, o mundo da terra média não está somente na literatura mais também se faz presente nas canções e performances de banda de heavy metal e isso parece ser algo fundamental para eles.

De tal modo, que, por exemplo, os instrumentos musicais (folks) a saber: bandolim, sanfona, gaita de fole e flautas, também fazem parte desse louvor ao passado, conforme Olson (2014, p. 72) afirma “como contos populares, o uso de instrumentos tradicionais e acústicos remonta a uma época pré-industrializada de vitalidade cultural e pureza natural”.

Soma-se ainda com esses elementos, algumas técnicas musicais na forma de cantar, por exemplo, passagem de voz gutural para a voz limpa, branda e até em coro criando assim determinado clímax, como uso do gutural para retratar contextos marcados pela atuação de um guerreiro no campo de batalha e coros que podem retratar gritos de rebelião ou mesmo cantos das valkyrjas (valquírias) vindo ao campo de batalha buscar os que morreram com honra. Como demonstra a canção Valkyrja da banda tyr:

Once I had a vision and a light
 Something worth my aspiration and a fight
 And there was a time when all this only seemed
 Like some sky-aspiring vision I had dreamed
 -
 Faded grey are all the days of yesteryears
 So much time has turned to memories and to tears
 Lately I have often sat and thought till dawn
 Of the days that are to come and those foregone
 -
 Seemed my time had passed me by
 Like clouds across the sky
 I was lost just like a raven in the night
 Most dreams waste away alas
 Mine all have come to pass
 Since I laid my eyes upon my guiding light
 Valkyrja
 Valkyrja
 Late is now the hour of the day
 And I've long ago run out of words to say
 Deep within I had the will to find a way
 Others fled to fight again some other day
 -
 I've heard said that all is fair in love and war
 That a golden key can open any door
 And remember if you feel all hope is gone
 That the darkest hour comes just before the dawn
 -
 Seemed my time had passed me by
 Like clouds across the sky
 I was lost just like a raven in the night
 Most dreams waste away alas
 Mine all have come to pass
 Since I laid my eyes upon my guiding light
 Valkyrja

Valkyrja
 Seemed my time had passed me by
 Like clouds across the sky
 I was lost just like a raven in the night
 Most dreams waste away alas
 Mine all have come to pass
 Since I laid my eyes upon my guiding light
 Valkyrja
 Valkyrja
 Valkyrja

Este aspecto também apresenta para nós que o Heavy Metal, além de recuperar essa dimensão mítica relaciona isso com a melancolia da masculinidade e a glória e poder que operam nessas narrativas, por exemplo, do sacrifício de um homem em proveito do bem de todos. A banda Tyr mistura Heavy Metal e viking Metal as suas canções para retratar a cosmologia nórdica como o próprio nome faz referência ao deus pagão Tyr. Nesse sentido, muitas bandas como Amom Amarth, Ensiferum e Turisas também seguem a proposta de conectar a música folk e os contos ao Metal

As narrativas fantásticas criadas para esse mundo social detalham processos sociais de dominação, resistência e de identidade. Não obstante, essas histórias contam também como os ancestrais resistiam ao cristianismo, através de uma exaltação dos deuses nórdicos como heróis que lutavam contra a cristianização das terras pagãs. Como mostra a banda Amon Amarth na música *Thousand years of opression*;

He hung on the windswept world tree
 Whose roots no one knows
 For nine whole days he hung there pierced
 By Gugnir, his spear
 -
 Swimming in pain he peered into the depths
 And cried out in agony
 Reaching out he grasped the runes
 Before falling back from the abyss
 -
 He gave himself unto himself
 In a world of sheering pain
 Go that we all may live our lives
 By the wisdom that he gained
 -
 You doubted him, and spread their lies
 Across the world, with sword in hand
 You raped our souls, and stole our right
 All for the words of mild-mannered man
 -

You listened to mild-mannered god
 And put your faith in deceitful words
 Your powertrip was paid by blood
 In kidness' name you spilled our blood
 -
 I refuse to submit
 To the god you say is kind
 I know what's right, and it is time
 It's time to fight, and free our minds
 -
 Let me die without fear!
 As I have lived without it
 So shut your mouth and spare my ears
 I'm fed up with all your bullshit
 -
 After a thousand years of opression
 Let the berserks rise again
 Let the world hear these words once more
 "Save us, oh lord, from the wrath of the Norseman"
 -
 Our spritis were forged in snow and ice
 To bend like steel forged over fire
 We were not made to bend like reed
 Or turn the other cheek
 -
 He grasped the runes, they're ours to use

A música no início faz uma alusão ao sacrifício do deus pagão Odin que ficou pendurado e ferido por nove dias numa árvore (Yggdrasill) para conseguir a sabedoria das runas. Em seguida a canção mostra a opressão do cristianismo sobre o paganismo, algo que é destacado pela insubmissão dos vikings ao deus cristão. caracterizando esse povo como fortes e valentes. Amon Amarth retira essas narrativas das histórias germânicas permitindo a banda criticar o cristianismo e apresentar uma cultura nórdica que na origem seria anticristã.

Historicamente, o heavy metal nutre um sentimento anti cristão por questões políticas do qual o Metal teve de enfrentar para se consolidar no campo artístico. Aqui há outra característica que reforça esta negação ao cristianismo por ser um mecanismo de dominação das culturas pagãs. Várias bandas afirmam esse ponto nas canções e discursos quando estão nos momentos de performances, isto é, bandas de diversas regiões europeias fazem a crítica utilizando do mito para ressaltar algo que era importante para constituição de um povo e que, portanto, não deve ser esquecido.

Não obstante, isso reforça a imagem do deus Odin como herói por sua batalha ser nobre e visar a continuidade da cultura, mobilizando os guerreiros para expulsar o cristianismo de suas terras como descreve outra letra da banda citada acima chamada *the sound of eight hooves*.

He's running through the woods so black
A loyal servant of christ
Dogs are barking down his back
He's running for his life

-
He came with words of love and peace
These heathens had to be saved
He thought that he could make them see
Instead he was enslaved

-
In captivity he spoke of God
To all he met he preached
But when his master's patience ran out
He knew he had to flee

-
Tears are running down his cheeks
As he sobbign realizes
That in this land his God is weak
And today he's going to die

-
He stumbles out onto an open field
Where an old oak tree grows
In the branches hang men of three
Dressed in preacher robes

-
His knees refuse to carry him on
Terror shines in his eyes
His faith in christ is almost gone
His God's left him to die
Below the dead he says his prayers
To the God he thought was alive
When he hears a calm voice say
Shut him up and hang him high!

-
As his breath leaves his eyes open wide
A bright light comes from above
He greets this light with a smile
And thinks: There is a God

-
The sound of eight hooves reaches his ears
Comes from the heavenly light
Two wolves' howls fill his heart with fear
And he sees two ravens fly
Down from the sky a warlord rides
Like fire his one eye glows
And just before the preacher dies
He knows his God is false

Muitas canções descrevem essas situações de conflito entre os pagãos e os cristãos, como algo que é latente e permanente na vida desses grupos antagônicos. A entrada de um intruso em terras pagãs pode ser considerado uma afronta que pode ser punida com sangue, através da caça da vítima como um animal, gerando um desespero que leva a vítima a questionar realmente a existência de deus e que depositou a esperança num deus fraco, como é apresentado na canção acima. Algo importante para ser destacado também é que os guerreiros pagãos estão sempre organizados agindo conjuntamente para combater os cristãos que saem dos mosteiros para realizar a evangelização nas florestas.

Isso nos destaca que a floresta é algo abandonado pelos cristãos, deixam de adorar a natureza para viver a adoração em espaços delimitados por um mosteiro em que há esculturas que fazem referência ao deus cristão. Os pagãos que vivem na natureza se revestem de habilidades "mágicas" pela aproximação deles com a natureza, o que aparece idealizado nesta canção. A valorização da vida do campo se opõe aos castelos e mosteiros como se observa também nas narrativas criadas tanto na literatura fantástica quanto pelo cinema.

As letras dessas bandas e outras são um importante elemento a ser analisado. Pois, as letras apresentadas nessa seção, nos apresentam do que estas tratam como a glória, vitória, morte, território, uso da língua vernácula, resistência e nação. As bandas tentam mostrar o outro lado da história através do mito nas músicas que criam para o público do Heavy Metal.

Não apresentarei excessivos exemplos para demonstrar a importância do mito na música do Heavy Metal. Mas creio que seja importante destacar algumas coisas antes de adentrar na próxima seção. Todo aspecto realçado pelos membros do Heavy Metal acerca do mito são críticas ao estilo de vida que a sociedade abrangente experimenta, ou seja, as bandas de Metal não estão tratando do mito apenas por que gostam do tema mais pelo fato dessa vida moderna ser um processo que desconecta o indivíduo do mais sublime, a conexão com as raízes e origens de um povo e dessa forma o mito é importante para destacar esses elementos culturais.

O viking ou o guerreiro exaltado pelos Headbangers mantêm a crença nos deuses pagãos que tendem a estabelecer essa conexão como as suas identidades. Tudo isso oferece aos membros ou adeptos desse estilo musical uma experiência única e transcendente – algo que permite a audiência imaginar um mundo fora do barulho dos carros, máquinas industriais e buzinas de carro como ocorre nas cidades.

As bandas europeias fazem isso de forma ímpar, pois, estes músicos utilizam das imagens das florestas, montanhas e belos campos quanto de instrumentos folks para incorporar os indivíduos nessa atmosfera criada. Quem já assistiu uma apresentação de alguma banda de Heavy metal sabe de como tudo é intenso e como toda aquela construção social opera na vida dos Headbangers.

Em suma, nesta primeira seção busquei destacar que o mito constitui um papel fundamental não somente na criação da performance em palco mais também na visão de mundo deles. Destaquei como o mito, em especial, nórdico aparece em algumas canções e como nelas observa-se a natureza, entidades supernaturais e os homens. Fundamentalmente as narrativas míticas criadas nesse campo social tendem a expressar elementos da masculinidade como sendo bravia, guerreira e de origem “nobre” ou que descende uma ancestralidade poderosa.

Na próxima seção, apresento como o mito é resignificado e passa a dialogar com o fascismo. No qual se identifica ideias como a superioridade de uma raça sobre a outra enquanto um componente que começou a ser destacado nas performances das bandas do estilo musical aqui tratado.

O outro lado do mito

A questão do mito no estilo musical ficou destacada na seção anterior, mobilizando significados ou símbolos culturais para compor as canções das bandas. Nesta seção, irei analisar de que forma o mito é resignificado para tratar sobre ideias como, por exemplo, de raça cunhado por ideias de extrema-direita.

Ideias do tipo descritas aqui não são uma novidade, vários pesquisadores já vêm debatendo esse tema, no entanto, nos últimos anos está máxima da extrema-direita tem sido exposta abertamente por artistas e membros da audiência em diferentes locais do mundo, mais especificamente, através dos adeptos do estilo extremo chamado Black Metal (KAHN-HARRIS, 2004; OLSON, 2014; SENA, 2019).

O Black metal e o diálogo com nacional-socialismo estão conectados também com o paganismo que apresenta aos adeptos uma visão de mundo baseada em *sangue e solo* (OLSON, 2014). Bandas tanto nos Estados Unidos da América, quanto na Europa tem difundido uma imagem de cunho racista, algo que é muitas vezes feito de forma sutil nas canções e performances em palco – não podemos deixar de destacar que tais práticas também tem apoiadores aqui no Brasil, de fãs até bandas têm sido formadas e que atuam no Sul do país com essa proposta.

Aqui trarei músicas quanto uma entrevista em que essas características são identificáveis e importante para o debate. Creio que seja fecundo tanto dizer que há realmente indivíduos que compactuam com tais posturas quanto também existem os que não concordam, o que queremos destacar é que esse fenômeno existe e permeia esse espaço social e não que todos compactuam com essas visões (KAHN-HARRIS, 2004). Como mostra também a pesquisa de St-Laurent, ao afirmar que existem tipos diferentes de nacionalismos¹ e que este elemento deve ser analisado cuidadosamente, pois alguns artistas gostam de falar da identidade nacional e outros usam disso como mecanismo político para arrebatam os ouvidos dos Headbangers (ST-LAURENT, 2019). Estando isso claro, o correto seja falar que algumas bandas dialogam com mais intensidade com o neonazismo; algumas bandas voltam no que afirmaram nos discursos e outras afirmam que as pessoas não entendem sobre o que eles estão tratando nas canções, como descreve o

¹ Sugiro a leitura da tese de Méli-Ra St-Laurent (2019) cujo trabalho detalhado explica a concepção de nacionalismo que a autora identifica empregada na comunidade Metal do Canadá.

vocalista da banda Graveland numa entrevista compartilhada pelo site Whiplash² sobre o nacional-socialismo da banda;

Entrevistador. GRAVELAND tem sido descrita como "uma banda polonesa com laços Nacional Socialistas (vulgos: supremacistas brancos)". Também foi afirmado que você tem costume de defender e até mesmo admitir suas visões nacional-socialistas".

R - Comecei a me inspirar mais pelo paganismo e pelo chamado "ethos" do guerreiro. Eu estava me tornando mais conservador na minha opinião e na música. Os dias do radicalismo do Black Metal estavam muito distantes de mim. Eu realmente fico com raiva quando ouço todas essas acusações de nacional-socialismo, etc. Não tem nada a ver com o que estou fazendo, mas alguns dos meus pontos de vista conservadores não são atraentes à censura moderna de esquerda. Para essas pessoas, não há lugar para essas visões na música. É por isso que eles frequentemente me atacam e a minhas bandas dizendo que somos "nazistas" ou que tentamos nos rotular NSBM. Isso me lembra um problema com o qual o presidente dos Estados Unidos está lidando. As pessoas que me conhecem pessoalmente sabem bem que não sou nem nazista nem racista. (WHIPLASH, 2018, p.1)

Como é destacado pelo líder da banda, a Graveland se baseia em princípios pagãos e que, portanto, não teria nada relacionado ao Nacional-socialismo e em seguida afirma que ele não é racista ou nazista. Embora vários coletivos organizados tenham denunciado que nas apresentações da banda ocorra saudação nazista; pessoas transitam com símbolos nazistas e algumas entrevistas dadas pelo vocalista tinha o cunho racista e antissemita. Como também há aqueles que deixam claro esses pontos em suas canções e apresentações como a banda Goatmoon mostra na canção *aryan beauty*:

² Revista eletrônica especializada no estilo musical.

Enchanting eyes, blue like thousand crystal clear lakes
 Pure pale skin, white as mighty nordic winter view
 Hair, blonde like a silver forest with shapes of gold
 In the last rays of the sun

Will and spirit
 Of honourable and undefeated aryan
 The descendant of our ancestors
 From the triumphant land - Ultima Thule

No threats from foreign lands, nor the traitors of blood
 Nor the keepers of values, morals and ideals of the weak
 Can harm your fragile aryan beauty
 In the name of our blood
 I am sworn to protect you
 With honour to the death

E na canção intitulada *way of the holocaust winds*:

The future is grim, unclear
 Unhonourable, incapable to survive
 Tolerant to wrongness
 Bonds of blood meaningless
 This must change

Subhumans try to rule this world
 But with honor we fight against it all
 Out in numbers we are
 But still we are strong and stand tall

Hell we must raise
 The gods of war we must praise
 With raging storm of steel
 And with the burning winds
 Of holocaust
 This world must be cleansed

Salvation through flames
 Modern world must burn
 Only the strong will survive
 It's time the scum to learn

On the wings of an iron eagle
 The new triumphant aryan imperium
 Rises from the ashes of this decadent world

A primeira letra destaca para nós a questão da beleza ariana. A palavra ariana, não deve ser retirada do contexto em que esta se fez, isto é, no nazismo. A letra faz um elogio ao belo europeu, daquela pessoa de olhos azuis e pele clara, o que na letra acima está como pura. A letra vai finalizando afirmando que os valores ou aspectos descritos fora dessa perspectiva são fracos.

A segunda letra é uma declaração de guerra a sociedade moderna e somente esta sociedade mudará através de um holocausto proporcionado pelos “superiores”, os arianos com os deuses que ajudaram eles nessa guerra em que somente os fortes sobreviverão, do qual resultará um novo império ariano – há fotos não somente dessa banda quanto de outras que envolvem a bandeira do país com o símbolo do nazismo.

Os membros do Heavy Metal, formam mais do que um agrupamento de indivíduos que desejam assistir ou realizar apresentações em palco, isso mostra para nós que a música tem o poder de articular várias referenciais culturais para tratar da identidade, por isso é mais que entretenimento (SANTOS, 2021). Como discuti no início, existem diversas formas pelas quais os membros desse estilo musical produzem as identidades e as crenças que este é um mundo melhor de se viver, do qual fica longe da decadência da sociedade compreendida como moderna.

Historicamente, o Heavy Metal se constitui como um grupo contestador do status quo. Em sua divulgação pelas mídias digitais nos anos 1980, várias bandas foram denunciadas pelo caráter de suas canções “induzir” os jovens a prostituição, drogas e sexo (SILVA, 2014). San Dunn (2000) produziu um documentário demonstrando todas as implicações que esta música teve nos Estados Unidos e o impulso conservador em proibir a produção da música para os jovens - inclusive alguns artistas foram chamados pela justiça americana para depor e explicar sobre o que as letras tratavam.

A banda inglesa e grande expoente do Heavy Metal, *Iron Maiden* realizou inúmeras críticas ao regime do *thatcherismo* na Inglaterra e o conjunto de problemas que acompanharam a Margareth Thatcher como desemprego e inflação. A banda além do nome e das imagens que foram utilizadas nessa época para fazer críticas ao *thatcherismo* havia a canção *iron maiden*;

Won't you come into my room
I wanna show you all my wares
I just want to see your blood
I just want to stand and stare
See the blood begin to flow
As it falls upon the floor
Iron Maiden can't be fought
Iron Maiden can't be sought

Oh well, wherever
Wherever you are
Iron Maiden's gonna get you
No matter how far
See the blood flow watching it shed
Up above my head
Iron Maiden wants you for dead

Nesta canção temos a percepção que a dama de ferro³ é tanto, feroz, invencível quanto tem sangue-frio, de matar o indivíduo e observá-lo sangrando, segundo a canção, não há escapatória. Outras bandas também agiram de forma crítica aos governos vigentes como black Sabbath, Twister Sister e Judas Priest. Ainda na contemporaneidade, há bandas que fazem críticas não somente a política como a religião.

Chamo atenção para isso porque essas práticas no empírico não produzem efeitos práticos na estrutura social, isto é, essas práticas não propõem uma mudança estrutural. Estas práticas “subversivas” identificadas no grupo do Heavy Metal se caracterizam mais enquanto uma dimensão rebelde e não revolucionária, o que significa que eles não estão dispostos a grandes mudanças, a partir do que observamos na contemporaneidade (SANTOS, 2020).

O criticismo ao conservadorismo identificado no início da formação do grupo e a simpatia por ideias conservadoras na contemporaneidade não são radicais. Esta característica é importante ser destacada porque nos mostra os limites e a extensão das atitudes transgressivas. Alguns pesquisadores já demonstraram que os indivíduos que travam certo diálogo a ideologia nazista/racistas quando confrontados por tais posturas, estes indivíduos negam aproximação ideológica com o nazismo ou racismo (KAHN-HARRIS, 2004; OLSON, 2008).

³ Tradução do nome Iron Maiden.

Considerações finais

Neste capítulo busquei demonstrar de que forma elementos mitológicos são usados e como podem se transformar em partes de ideias extremas. Busquei apresentar na primeira seção que o mito constitui uma dimensão importante na música do Heavy Metal, porque este permite a criação com criatividade das letras, imaginação de cenários estéticos tanto nas narrativas das letras quanto dos palcos, ressaltando valores também de um povo ou de uma identidade, dependendo sempre da banda e da origem, por exemplo, recentemente tem surgido bandas orientais com propostas de falar sobre a cultura japonesa e mongol no metal, usando de história e instrumentos locais.

Atentei que com a intensificação desses valores surge o outro lado do mito. Se o mito conta a história de um povo, ele pode ser usado para afirmar o quanto esse povo é melhor ou superior que outro em aspectos da natureza, beleza dos indivíduos e por terem valores considerados "legítimos" e "verdadeiros". Dessa forma, o mito no Heavy Metal, em especial, nos gêneros mais extremos dessa música, ressignificam o mito para afirmar a superioridade de uns em proveito da inferioridade de outros. E de certa forma, passam a reforçar este símbolo como uma característica singular, de um povo cujos valores devem ser louvados e não pervertidos como ocorre em outras sociedades ditas modernas.

Através disso, os membros dos estilos mais extremos do metal ressaltam os valores da tradição (pagão), da terra, da língua e de um grupo distinto como algo que precisa ser protegido acima de tudo. É interessante dizer, esses indivíduos têm posturas de extrema-direita, porém, eles presam pelo paganismo e negam o cristianismo, isto é, há uma ressignificação também dos valores cristãos sem o deus judaico cristão. Portanto, o mito tanto atualiza valores sociais quanto pode sofrer ressignificações no tempo e o Heavy Metal, é um exemplo nessa direção, pois, "a função dos mitos é proporcionar uma solução aparente, ou uma "mediação", para problemas que não têm, pela sua própria natureza, qualquer solução final" (LEACH, 1983, p. 82-83).

Referências

KAHN-HARRIS, Keith. The 'Failure' of Youth Culture: Reflexivity, Music and Politics in the Black Metal Scene. **European Journal of Cultural Studies**, v. 7, n. 1, p. 95-111, 2004.

LEACH, E. Gênese enquanto um mito. In: Da MATTA (Org.). **Edmund Leach**. São Paulo: Ática, 1983.

OLSON, Benjamin Hedge. **I am the black wizards**: Multiplicity, Mysticism and Identity in the Black Metal Music and Culture. USA: Bowling Green State University, 2008.

SANTOS, M, M. Discutindo os rituais: as afirmações masculinas em shows de Heavy Metal (Campina Grande-PB). In: **Anais da 32 Reunião brasileira de antropologia**. Saberes insubmissos: diferença e direitos. Rio de Janeiro, 2020.

SANTOS, M, M. **Shows, bandas e audiência**. Uma análise microssociológica entre os Headbangers da cidade de Campina Grande-PB. Campina Grande-PB. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba. 2021.

SENA, R. S. **Da transgressão ao conservadorismo**: a escalada da extrema direita na cena metal. 2019. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Pós-Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal de Campina Grande, Paraíba. 2019.

SILVA, Wlisses James de Farias. **Heavy Metal no Brasil**: Os incômodos perdedores (década de 1980). Tese (Doutorado em História Social) – Programa de PósGraduação em História, Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo, São Paulo. 2014

ST-LAURENT, Méi-Ra. Le métal noir québécois: l'analyse du récit identitaire d'une communauté black metal marginale. Thesis - Faculté de musique de l'Université Laval, Québec. 2019.

O IMAGINÁRIO NO RÁDIO: O ARQUÉTIPO DO *TRICKSTER*

Rafaeli Francini Lunkes Carvalho*
Hertz Wendel de Camargo**

Introdução

Esta pesquisa propõe um estudo sobre o cenário do rádio, enquanto meio de comunicação eminentemente sonoro, em uma sociedade onde a imagem se mostra cada vez mais importante. O rádio na sociedade da imagem encara o desafio de se atualizar sem deixar de ser rádio, isto é, sem perder aspectos peculiares que o transformaram em um meio de comunicação diferente de todos, seja pela sua eficiência, seja pela criatividade indispensável para mantê-lo atraente para a audiência.

Desde o princípio, ainda nas cavernas, o homem já fazia uso de imagens para representar suas histórias. Com o passar do tempo, inúmeras descobertas e a evolução de novas técnicas admitiram ao homem exercitar esse encantamento pela imagem, passando pela pintura, pela fotografia, pelo cinema, pela televisão e, mais atualmente, pela era das imagens digitais.

É perceptível que vivemos hoje em uma sociedade da imagem. Um breve passar de olhos no dicionário Aurélio da língua portuguesa nos surpreende com as diversas aplicações para o conceito de “imagem”, seja como representação visual, seja como produto do imaginário, ou ainda, como percepção individual ou coletiva de algo ou alguém. Tudo é imagem. Essa parece ser a palavra do momento.

A rádio T é uma rede paranaense de estações de rádio. É a maior rede de rádios do sul do Brasil, criada em Ponta Grossa em 1991 como rádio Tropical FM, espaço ocupado antes pela Lagoa Dourada, desde a década de 1970. Em meados de 1990, iniciou sua ampliação rumo ao interior do estado. A partir

* Doutoranda em Comunicação (UFPR). Mestre em Letras (UNICENTRO). Professora do curso de Comunicação Social da Universidade Estadual do Centro-Oeste (UNICENTRO). E-mail: rafaelilunkes@yahoo.com.br

** Doutor em Estudos da Linguagem (UEL), professor do curso de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), professor permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UFPR. Líder do grupo de pesquisa ECCOS – Estudos em Comunicação, Consumo e Sociedade. E-mail: hertzwendel@gmail.com

de primeiro de junho de 2009, estreou um novo nome fantasia, de “Tropical FM” passou a ser chamada “Rádio T”, ou “Rede T de Rádios”. Conta com 38 emissoras, transmitindo para todo o estado do Paraná. O programa do Bolicho da T é transmitido de segunda-feira a sexta-feira das 18h00 às 19h00. O programa busca fechar o dia com muita descontração e bom humor, alegria, piadas, histórias, propagandas e músicas são a base do programa. De 2008 até 2017 os apresentadores do programa eram o Jauri Gomes e o apresentador-personagem Juca Bala. Após a morte do Jauri Gomes em 2017, o programa Bolicho da T, continuou sendo apresentado pelo apresentador-personagem Juca Bala e pelos radialista Waltinho e Fabinho.

Para Hyde (2017, p. 17), o “[...] *trickster* é a corporificação mítica da ambiguidade e da ambivalência, da dubiedade e da duplicidade, da contradição e do paradoxo”. O *trickster* é agente da desorganização da ordem estabelecida e, desta forma, gerador de movimento na cultura. No Brasil temos diferentes *tricksters* que circulam na cultura e que saltam para dentro das narrativas literárias, cinematográficas e midiáticas. Os malandros estão por toda parte, são universais. Estão no boto que se transforma no homem sedutor nas festas dos ribeirinhos da Amazônia; em Pedro Malasartes que sempre deseja se dar bem; nos diferentes caipiras do Mazzaropi; na molecagem do Saci Perereê no folclore; nas confabulações dos Trapalhões na TV dos anos 1980; nas enrascadas dos matutos João Grilo e Chicó de Suassuna; nos corpos da noite em a Ópera do Malandro de Chico Buarque; nas caras de Oscarito no cinema; nos rodeios de Armando Volta da Escolinha do Professor Raimundo; na figura controversa de Loki, irmão de Thor das da mitologia nórdica, HQs e filmes; nas trapaceas do Coiote que caça o Papa-Léguas.

Ao desenvolver essa pesquisa levamos em consideração as seguintes problemáticas: Diante de tamanha importância dada à imagem em nosso dia a dia, como fica o rádio, um meio de comunicação que trabalha com a audição? O que caracteriza o arquétipo *trickster* no apresentador - personagem Juca Bala?

A escolha do meio rádio se pauta na relevância desse produto, e dos processos por ele evocados, enquanto materialidade geradora de discursos que alimentam o imaginário. O rádio é, ainda hoje, um objeto pouco presente nos estudos acadêmicos, especialmente na área de ciências humanas, embora tenha sua relevância amplamente reconhecida. Ao mesmo tempo pretende fornecer algumas indagações e indicações que colaborem para o crescimento do interesse nessa área de pesquisa.

O objetivo desta pesquisa é desenvolver um estudo sobre o imaginário no rádio e suas conexões com o *trickster*. A partir do apresentador-personagem Juca Bala observar os elementos que ele emprega do arquétipo do *trickster* que possibilitam que o público crie imagens na rádio. A pesquisa busca fortalecer as concepções acerca dos fundamentos da linguagem radiofônica e suas relações com o imaginário e arquétipo.

1. O imaginário no rádio

A imagem parece ser o que rege as nossas vidas atualmente. Isto é no entretenimento, na informação, nada mais parece nos agradar se não estivermos vendo, se o conteúdo não estiver ilustrado. A televisão, a internet e até mesmo na comunicação rotineira, a imagem está cada vez mais atual.

Segundo Aumont (1993) não vivemos precisamente na sociedade da imagem, mas sim na civilização da linguagem, da qual a imagem é parte componente, por causa da multiplicação rápida dessas imagens em nosso dia a dia.

Por mais incrível que possa parecer, criar imagens possivelmente seja a essencial função do rádio na sociedade em que vivemos, imensamente dependente de representações visuais. No rádio, as imagens são criadas pela imaginação do ouvinte.

O processo imaginação nos levam a compreender o imaginário:

O imaginário não é uma coleção de imagens, um *corpus*, mas [...] um sistema, um dinamismo organizador de imagens que lhes confere profundidade e as liga entre si. [...] Conscientes da intangibilidade do real, sabemos hoje que temos acesso apenas a sistemas simbólicos, não a um mundo em si. Então, o imaginário tem uma eficácia concreta e conhecer seus mecanismos é essencial (BARROS, 2010, p. 129).

Bachelard quando trabalha a imaginação no rádio menciona por várias vezes o conceito de inconsciente, relacionando-o ao rádio. Por outros momentos, ele fala de arquétipos. Tanto o inconsciente quanto o arquétipo são temas criados por Carl Gustav Jung.

O rádio é, verdadeiramente, a realização integral, a realização cotidiana da psique humana. O problema que se coloca a esse respeito não é pura e simplesmente um problema de comunicação; não é simplesmente um problema de informação; porém, de um modo cotidiano, nas necessidades não apenas de informação mas de valor humano, o rádio é encarregado de apresentar o que é a psique humana. [...] (BACHELARD, 2005, p. 129).

O rádio seria o componente encarregado em mostrar essa plenitude da psique. Bachelard mostra que existem elementos inconscientes na experiência radiofônica. É nessa relação do inconsciente com a intimidade que o rádio se depara. É onde está o potencial para a fantasia. O autor explica que o rádio é ouvido muitas vezes na solidão e é nessa solidão, nesse escuro da falta de visão que o rádio impõe o inconsciente e as fantasias vêm à tona e os arquétipos podem servir de base para tais fantasias:

O rádio está munido dessa possibilidade de transmitir arquétipos? (...)O rádio possui tudo o que é preciso para falar de solidão. Não precisa de rosto. O ouvinte encontra-se diante de um aparelho. Está numa solidão que não foi ainda constituída. O rádio vem constituí-la, ao redor de uma imagem que não é apenas para ele, que é para todos, imagem que é humana, que está em todos os psiquismos humanos. É na escuridão da noite e na intimidade da casa que podemos encontrar o inconsciente no rádio. É nesse rádio que se encontram os padrões universais que Jung chamou de arquétipo, pois os sons transmitidos pelo rádio possuem elementos universais e falam de temas e imagens sonoras universais. Além disso, pelo rádio chamar pelo inconsciente e por ele ser coletivamente experimentado, ele passa a ser arquetípico também. (JUNG, 1999).

Jung (2000, p.16), chamou de arquétipos: “tipos primordiais, imagens universais que existem desde os tempos remotos”. Interpretando Jung, arquétipos são os elementos do chamado inconsciente coletivo. O inconsciente coletivo seria uma transmissão (hereditária) psíquica que todo ser humano recebe em sua criação. Isto não significa que ao nascer estejamos com tudo pronto, os arquétipos são ao nascer estejamos com tudo pronto, os arquétipos são possibilidades que existem no inconsciente coletivo, potencialidades. Para o autor, uma camada do inconsciente é pessoal e sobre essa repousa uma camada mais profunda que possui suas origens na experiências do grupo social, ou seja, o arquétipo é uma bagagem, comum a toda a humanidade.

Jung define o arquétipo como um padrão de probabilidade de comportamento, semelhante ao padrão de probabilidade dos cristais: Já me perguntaram muitas vezes donde procede o arquétipo. É um dado adquirido ou não? É-nos impossível responder diretamente esta pergunta. Como diz a própria definição, os arquétipos são fatores e temas que agrupam os elementos psíquicos em determinadas imagens (que denominamos arquetípicas), mas de um modo que só pode ser conhecido pelos seus efeitos. Os arquétipos são anteriores à consciência e, provavelmente, são eles que formam as dominantes estruturais da psique em geral, assemelhando-se ao sistema axial dos cristais que existe em potência na água-mãe, mas não diretamente perceptível pela observação. (JUNG, 1999).

A imagem arquetípica seria a expressão desse padrão. Sobre esse entendimento arquetípico do rádio, é importante trabalharmos com dois conceitos que aprofundam a relação entre rádio e inconsciente: a mídia e o mito.

Segundo Haussen (2005,p.138) “Com relação à mídia, ela nos lembra que os arquétipos estão presentes na mídia de forma geral, seja através das figuras dos heróis ou nas imagens das estrelas de cinema”. No rádio, esses arquétipos são evocados pela voz sem a face, pelos componentes do inconscientes característicos da experiência radiofônica. O ouvir desse modo seria o canal para vivenciar os arquétipos no rádio.

Por ser compreendido como uma narrativa de criação, o mito pode ser um revelador de "modelos exemplares de todos os ritos e atividades humanas significativas: tanto a alimentação ou o casamento, quanto o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria" (ELIADE, 1986, p.13). Dessa maneira, o uso do mito baseia-se em fornecer uma significação ao mundo e à existência humana.

O mito é um texto que estrutura outros textos, considerado "texto fundante da cultura" (CONTRERA, 1996), portanto, podemos considerar a existência de uma interdependência entre o sistema mítico, as linguagens e o comportamento social. Conforme Lévi- Strauss (2008, p. 222), "a mitologia é considerada um reflexo da estrutura social e das relações sociais.

Como texto arcaico o mito tem sua presença na mídia de maneira consciente ou inconsciente tanto por parte dos produtores quanto do público significa uma permanente revisitação necessária para alimentar a cultura e incentivar seu crescimento, o acúmulo de sabedoria.

Os mitos nada mais são do que uma forma de expressão dos arquétipos, articulando aquilo que é comum aos homens de todos os períodos, já que falam dos valores eternos da condição humana.

2. O arquétipo do *trickster* e Juca Bala no rádio

A palavra *trickster* pode ser derivado do inglês "trick" que significa: truque. Segundo Balandier(1982, p.25): O termo *trickster* foi criado pelos mitólogos anglo-saxões e pode ser derivado da antiga palavra francesa "*triche*", do verbo *tricher* ou *tricherie*, que designava: trapaga, mentira, furto, engano, falcatrua, velhacaria.

Conforme Jung (2000, p. 259), o *trickster* surge nos mitos mundiais como um ser de origem cósmica e essência divino-animal, ao mesmo tempo, superior ao homem, pelas qualidades sobre- humanas, e inferior por sua loucura inconsciente. No entanto, ele busca um desenvolvimento da consciência muito mais intenso, pleno, por meio do seu desejo de conhecimento.

O *trickster* é um arquétipo mitológico, identificado em diversas culturas, que aparece como um mediador, para resolver oposições. Considerando-se que as atividades humanas acham pontos de contradições, a função primordial do mito, segundo Lévi- Strauss, seria a de buscar superá-las (LÉVI-STRAUSS, 2012). Contudo, como são insuperáveis, produzem-se frequentemente novos mitos sobre as mesmas questões. Uma vez que uma contradição se cria de uma oposição entre distintas ações, um ser arquetípico que represente simultaneamente particularidade do *trickster* faz com que ele faça parte de dois ou mais mundos e ao mesmo tempo a nenhum deles. Para Hyde (2017, p. 19). A função da figura do *trickster* “[...]é expor e desorganizar as próprias coisas nas quais as culturas se baseiam”.

O *trickster*, pode ser encontrado na cultura de algumas sociedades desde as origens, como bem como nos mitos, na religião, e em personagens do cinema, nos desenhos animados, na literatura, na TV. Em razão de suas travessuras, é frequentemente mostrado como herói, em alguns momentos como vilão. Contudo um *trickster* pode ser um espírito zombeteiro, um deus ou uma deusa, homem ou mulher, metade humano e metade animal. Ele pode iludir por simples brincadeira, pode espantar, quebrar regras morais com o espírito brincalhão, pode persuadir no comportamento e na personalidade das pessoas. Como observamos, ele é uma representação arquetípica das múltiplas máscaras (persona) da psique humana.

O personagem de rádio Juca Bala surgiu em 2008 e ganhou popularidade em todo o estado, explorando um humor tipicamente paranaense. De acordo com o criador do personagem Anderson Jorge Magatão, conhecido como Toco, em sua entrevista ao jornal Folha de Londrina ¹ : “Todo mundo conhece alguém como ele, tipicamente paranaense, que fala errado, reclama de tudo, mas não perde a inocência de criança e nem o sorriso em tudo o que acontece em seu caminho. Aprender a rir de tudo é sabedoria.

¹ Disponível em:< <https://www.folhadelondrina.com.br/folha-2/humor-com-sotaque-paranaense>>. Acesso em: 2 maio de 2021.

Para ilustrar a figura do *trickster* evidenciado pelo apresentador personagem Juca Bala, parte de um programa *Bolicho* da T, de maio de 2020, que foi publicado também no *Youtube*, chamado *Bolicho da T - 22/05/20*, com mais de 1037 mil visualizações. Apresentação Juca Bala, Waltinho e Fabio:

(Waltinho) Oh sexta-feira, rapaz do céu, eu falei para você Juca que ia esfriar, ia chover. (Juca) Mingou minha pescaria amanhã rapaz do céu, nós estamos pronto com o Vinicius, não o Secon para nós ir pescar (Waltinho) quando começa a me dar aquelas dor nos nervos, nessas partes e sor se esconde de atrás de um pinhelao que tem lá em casa pode saber que lá vem frio Juca, lá vem chuva (Juca) frio não é tanto problema é solução, tamo precisando (Waltinho) tem gente que gosta de clima assim Juca com frio e chuva (Juca) então porque não andam só de carçanzinho e brusinha (Waltinho) O Jauri era uma pessoa que gostava de clima assim (Juca) mas claro ele tinha uma coberta acoplada uma capa de gordura, eu lembro que ele falava que quando o tempo estava desse jeito, eu viro num tatu faqueado.²

O apresentador Waltinho inicia falando da sexta-feira, que é um dia geralmente muito esperado, pois anuncia que a semana terminou e vai começar o fim de semana. Vemos expressões como rapaz do céu. Uma forma comum das pessoas do interior se referirem a outra era usando interjeições também religiosas, como também “gente do céu”, “criatura de Deus”. Comentam que o final de semana vai ser chuvoso e frio. O Waltinho fala que quando começa dar aquelas dor nos nervos, pode saber que vem chuva. A relação entre o tempo de frio e chuva e as dores nas articulações é um mito que persiste desde a antiguidade. Waltinho comenta que tem gente que gosta do clima assim e é mencionado o nome Jauri (apresentador do *Bolicho* até 2017), vemos o humor, com o Juca comentando, mas claro ele tinha uma coberta acoplada, ou seja, já foi comprovado, que pessoas acima do peso, costumam sentir menos frio, a gordura é um isolante térmico. E o comentário do Jauri falando que quando o tempo estava desse jeito ele virava um tatu faqueado, quando o tatu se assusta (no caso da faca), ele

² Disponível: < https://www.youtube.com/watch?v=C_D78ZEbrKg>. Acesso em: 2 maio de 2021.

pula verticalmente para cima, e uma gíria que aparece em algumas músicas gaúchas, ou seja, ele pulava de alegria.

O Juca Bala durante o programa Bolicho da T, promove a desordem, para que tudo se reorganize. Promove o movimento, a circulação. “Assim, para que haja organização, é preciso interações, é preciso encontros; para que haja encontro, é preciso desordem (agitação, turbulência). (MORIN, 2005, p.404).

Tal como um *trickster* ancestral, os artistas, assim como o Juca Bala, estão sempre em reinvenção. O reinventar-se, em si, significa tanto uma estratégia de se manter em consumo (em circulação) quanto a quebra de padrões, promovendo a desordem e a reorganização de si mesmos, pois “os sujeitos dentro do contexto da cultura, negociam, se apropriam de artefatos e textos culturais ressignificando suas experiências. (SOARES, 2015, p.22).

Ainda que seja tácito que a programação radiofônica, assim como todas as mídias, esteja submetida as leis do mercado, vigentes no sistema capitalista, salientamos que os ritmos da cultura e os da natureza subjazem, inconscientemente, à indústria do entretenimento.[...] apontamos que a elaboração das pautas e dos roteiros dos programas de rádio, organizados simbolicamente, aproxima-se à ciclicidade da natureza (NUNES, 1999,p.38). [...] O tempo de iterar as sagas místicas é marcado pela necessidade ora de comemorar algum fenômeno da natureza, ora para resolver questões críticas-quer seja o arroz que não cresce, quer seja a doença que atinge um membro do grupo (NUNES, 1999,p.39).

De acordo com Nunes(1999) O eterno retorno ao princípio das coisas busca, acima de tudo, dirimir a duração do tempo profano, preenhe as incertezas e assegurar a própria regeneração do tempo no tempo mítico. Para operacionalizar a falta, os limites de sua realidade física, impossibilidade de recuperar as perdas trazidas pelo tempo inexorável. O homem cria a cultura, segunda realidade , que lhe garante a crença de intervir e modificar seu destino perecível por meio de ações simbólicas, ações culturais.

O rádio, como ser da cultura, reproduz em sua pautas meios simbólicos da qual a intenção é vencer as perdas que atingem o homem. A união entre os processos da natureza e da segunda realidade.

Destacado como uma forma extremamente comunicativa e de grande alcance popular, o humor hoje se faz presente como importante gênero expressivo. Com o entendimento de possível sua existência. Adequando expressões, tom de voz e comportamento dos personagens, inspirados em pessoas do dia-a-dia, os locutores conseguem uma familiaridade ainda maior com o receptor por criar um plano de identificação. Num modo criativo de fazer expressar o riso, os comunicadores observam o panorama identitário da região, produzindo um perfil de conteúdos dos personagens a partir dos caricatos presentes na cultura popular.

Na composição do personagem Juca Bala, é existente a linguagem do caipira, elemento que causa, também, humor, por se tratar de um estereótipo. Para Carvalho (2011), o conceito de estereótipo é alicerçado no que foi construído, imaginado e constituído em uma sociedade. Assim, a personagem estereotipada de Juca Bala realça um humor sobre um determinado sujeito que já foi, pela sociedade, entendido como engraçado. Conforme Carvalho (2011), o dialeto caipira surge da junção da língua portuguesa com línguas indígenas durante os séculos XVI a XVIII, no Brasil, apresentando dificuldade em pronunciar algumas palavras, vindo, no futuro, ser alvo de graça e aparecendo em piadas de modo estereotipado. Portanto, o humor deste personagem é compreendido porque há um ethos pré-construído sócio-histórico e ideologicamente, que formam os sujeitos em nossa sociedade.

Relacionado às características de cada cultura, do contexto histórico e social, cada indivíduo terá sentidos de humor e formas diferentes de expressá-lo. Por este caráter, o humor manifesta-se seguindo a história da humanidade, transformando-se por meio do tempo e do espaço. Conforme Bakhtin (2002), afirma o riso é caracterizado como 'segunda natureza do homem'. Refletindo o caráter da organização social na época, o humor passa a ser componente de grande destaque em contraposição às culturas oficiais. Ele atua como válvula de escape ao estresse do sistema de

códigos morais e sociais, apresentados a organizar e a fazer funcionar a vida em sociedade.

Consideramos que, ainda exista uma diversidade de traduções, na visão popular o humor é entendido como a arte de fazer rir. Vale salientar que para a conquista da audiência, o personagem Juca Bala utiliza o humor. A partir daí, partilhando o cômico e reconhecendo na programação seus aspectos étnicos, o receptor está sujeito a participar da criação de um espaço simbólico, ou seja, ele evoca o imaginário como forma de vivenciar o espírito cômico presente no programa. Nesse ponto de vista, os ouvintes são capazes de fazer leituras dos personagens e interagir com eles, como se realmente existissem.

Considerações finais

Os arquétipos não desaparecem, eles resistem na linguagem e na estrutura da narrativa midiática do rádio paranaense, nos rituais de diferentes formas de consumo, no imaginário cultural. O processo criativo do programa possui um movimento espiral sógnico centrípeto, convergindo estéticas, discursos e linguagens para a composição imaginal da figura do apresentador-personagem. É no decorrer do seu consumo que os sentidos são postos em circulação, em movimento centrífugo e igualmente espiralado. Ao ser consumido, o programa tal qual um novelo, é desfiado, e suas complexidades transformadas em traços, linhas, fios para os quais o espectador encontra outras conexões e significados. O personagem Juca Bala sendo uma reatualização do arquétipo do *trickster* emprega elementos que possibilitam que o público crie imagens, operando, por meio do rádio, sentidos ancestrais do imaginário cultural o que explica, em parte, seu sucesso no Paraná.

Ao criar para rádio, o Juca Bala, narra uma história com riqueza de detalhes, possibilita ao seu público criar imagens que facilitem o processo cognitivo e, conseqüentemente, a assimilação das mensagens. Mas a função de criação de imagens é do ouvinte. São imagens únicas e próprias a cada um dos leitores.

Referências

AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas: Papirus, 1993.

BACHELARD, G. Devaneio e Rádio. In: MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

BAKHTIN, Mikail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais**. São Paulo: Hucitec Ltda, 2002.

BALANDIER, Georges. **O poder em cena**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1982.

BARROS, A. T. M. P. Comunicação e imaginário - uma proposta metodológica. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 33, n. 2, p. 125-143, jul./dez. 2010.

CARVALHO, Leonora Guiné de Mello. **Estereótipo e identidade em piadas sobre o mineiro: uma perspectiva da análise do discurso**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Vale do Rio Verde de Três Corações, Três Corações. 2011. Disponível em: http://www.unincor.br/images/arquivos_mestrado/dissertacoes/leonora_guine_de_mello_carvalho.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2020.

CONTRERA, Malena. **O mito na mídia**. São Paulo: Annablume, 1996.

ELIADE, Mircea. **Mito e Realidade**. 2. ed. São Paulo: Editora Perspectiva, 1986.

HAUSSEN, D. F. Bachelard e o rádio: o direito de sonhar. In: MEDITSCH, E. **Teorias do Rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005. v. 1.

HYDE, Lewis. **A astúcia cria o mundo**. Trickster: trapaça, mito e arte. Trad. Francisco R. S. Innocêncio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 2. ed. Trad. Maria Luiza Appy; Dora Mariana R. Ferreira da Silva. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2000.

JUNG, Carl Gustav. **Interpretação Psicológica do Dogma da Trindade**. Petrópolis: Vozes, 1999.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **O pensamento selvagem**. Campinas: Papirus Editora, 2008.

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Antropologia Estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2012.

MORIN, Edgard. **O método 1:** a natureza da natureza. Trad. Ilana Heineberg. Porto Alegre: Sulina, 2005.

NUNES, Mônica R. F. **Mito No Radio.** A Voz E Os Signos De Renovação Periódica. São Paulo: Annablume, 1999.

SOARES, Thiago. Percursos para estudos sobre cultura pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério (Orgs.) **Cultura pop.** Salvador: EDUFBA, 2015.

MITO E ORIXÁ: UMA ANÁLISE DO ITÂN DO AMOR DE OXUM E OXÓSSI NO VIDEOCLÍPE ONDA, DE MC THA FT. JALOO E FELIPE CORDEIRO

Renan da Silva Dalago[•]
Altamir Botoso^{••}

1. Introdução

O mito é uma narrativa simbólico-imagético evolutiva, dependendo das condições históricas e étnicas de uma dada cultura, que procura explicar e demonstrar a origem de coisas que não eram possíveis de serem explicadas cientificamente. Esses mitos são representações, estão no nosso inconsciente coletivo e fazem parte da existência de todo ser humano. Campbell (1997) assevera que as imagens míticas são reflexos das potencialidades espirituais de cada um de nós e que, ao contemplá-las, evocamos os seus poderes em nossas próprias vidas.

Sempre que falamos sobre mito ou mitologia, pensamos em animais híbridos, folclore e até mesmo na famosa mitologia grega, contudo, há no mundo uma infinidade de narrativas míticas, culturas ricas em mitos, narrativas e lendas, como é o caso da cultura iorubá, trazida ao Brasil junto com os escravos, na época da escravidão.

Aqui, estes mitos iorubás tomaram outra forma, pois saíram de suas raízes africanas e foram plantados em solo brasileiro, nascendo a mitologia afro-brasileira, “misturando” África e Brasil, sincretizando a cultura, os orixás e também, os mitos e lendas.

[•] Graduado em Publicidade e Propaganda pela UniCesumar e em Licenciatura em Letras Português e Espanhol pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Mestrando em Estudos Literários na linha de pesquisa Poéticas da Modernidade pelo Programa de Pós Graduação em Letras – nível de Mestrado (UEMS), sob orientação do Prof. Dr. Altamir Botoso.

^{••} Doutor em Letras pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita filho, UNESP. Docente do Programa de Pós Graduação em Letras - nível de Mestrado pela Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul em Estudos Literários.

Até pouco tempo, essas narrativas míticas iorubás ou afro-brasileiras, eram apenas oralizadas, no entanto, a partir de estudos mais aprofundados, elas começaram a ser redigidas, escritas e também personificadas, apresentadas e representadas ao mundo em forma de arte, audiovisual, música, dança etc.

Dentre as inúmeras narrativas mitológicas existentes dentro das religiões de cultura afro-brasileira está a dos Orixás Oxum e Oxóssi, respectivamente Orixá do ouro, da riqueza, beleza e fertilidade e Orixá da caça, das matas e da magia por meio das folhas. Ambos, com histórias míticas intituladas pelas religiões afro-brasileiras de *itãs*, nas quais Oxum e Oxóssi vivem um relacionamento amoroso.

Este *Itãn* é apresentado e representado no videoclipe *Onda*, de Mc Tha, Jaloo e Felipe Cordeiro, que analisaremos no presente capítulo.

2. Mitos, orixás e *itãn*

O mito é uma narrativa simbólico-imagética presente nas culturas e passadas de geração para geração. Rocha (1996) afirma que o mito é uma narrativa, é um discurso, uma fala. É uma forma de as sociedades espelharem suas contradições, exprimirem seus paradoxos, dúvidas e inquietações. Ainda segundo o autor, esses mitos podem ser vistos como uma possibilidade de se refletir sobre a existência, o cosmos, as situações de se "estar no mundo" ou as relações sociais.

É diante do mito que se manifestam as mais divergentes formas da cultura humana e, a partir dele, encontramos na sociedade as lendas, o folclore, os contos, as narrativas e tantas outras formas de mitos que se tornam marcas na sociedade em forma de arquétipos no inconsciente coletivo.

Uma dessas manifestações míticas são os *itãs*, presentes na cultura africana e trazidos ao Brasil na época da escravidão, perdurando até os tempos atuais. Póvoas (2004) ressalta que o *itãn* é uma palavra iorubá que significa história, qualquer história, um conto. De um modo mais específico, *itãn* são histórias do sistema *nagô* de consultas às divindades.

Nesse sentido, Souza e Souza esclarecem que

O *Itan* é o conjunto de mitos e lendas do *panteão africano* que narra as histórias envolvendo canções, danças, rituais e ensinamentos. Para os *Yorubás* é considerado como verdade absoluta sobre a criação do mundo, possuindo grande respeito por ter sido repassado oralmente como ensinamentos através dos mais velhos. (SOUZA; SOUZA, 2018, p. 102, grifos dos autores)

Cada Orixá possui uma história, bem como uma função dentro da religião e, dessa maneira, a mitologia e os orixás estão intimamente ligados. Prandi (2001) afirma também que os Orixás e os mitos estão intimamente ligados, uma vez que esses Deuses fazem parte de uma construção imagética e, portanto, possuem história, contos e lendas (*itãs*). Essas divindades também são representadas a partir de símbolos, porque cada Orixá possui uma arma, cor, objeto que o representa dentro de seu conto, seu arquétipo, imagem e lenda.

No que diz respeito aos mitos dos orixás, Prandi pondera que

Os mitos dos orixás originalmente fazem parte dos poemas oculares cultivados pelos babalaôs. Falam da criação do mundo e de como ele foi repartido entre os orixás. Relatam uma infinidade de situações envolvendo os deuses, os homens, os animais e as plantas, elementos da natureza e da vida em sociedade. Na sociedade tradicional iorubás, sociedade não histórica, é pelo mito que se alcança o passado e se explica a origem de tudo, é pelo mito que se interpreta o presente e se prediz o futuro, nesta e na outra vida. Como os iorubás não conheciam a escrita, seu corpo mítico era transmitido oralmente. Na diáspora africana, os mitos iorubás reproduziram-se na América, especialmente cultivados pelos seguidores das religiões dos orixás no Brasil e em Cuba. A partir do século XIX, primeiramente estudiosos estrangeiros, sobretudo europeus, e mais tarde letrados iorubás iniciaram a compilação desse vasto patrimônio. (PRANDI, 2001, 24-25)

É importante ressaltar que na tradição iorubá, assim como na cultura afro-brasileira, esses *Itãs* eram apenas oralizados, passados apenas de pais-de-santo para filhos-de-santo; hoje, porém, há uma enorme disseminação das lendas e mitos dos Orixás em textos escritos e, atualmente, é possível observar esses *Itans* e, até mesmo a representação simbólica dos Orixás na arte, como no caso do videoclipe selecionado para análise.

Nesse contexto, Prandi tece as seguintes observações:

A recente expansão do candomblé no Brasil envolveu forte adesão de segmentos sociais diferentes daqueles em que se originou no Brasil e na religião dos orixás, com a inclusão de adeptos não necessariamente de origem negra e que são provenientes de camadas sociais com maior escolaridade e habituadas à ideia da informação pelo livro. Esse novo segmento, que em geral associa culturalmente religião com a palavra escrita, encontrou nos mitos explicações e sentidos para práticas e concepções do candomblé, descobrindo que o mito está impregnado nos objetos rituais, nas cantigas, nas cores e desenhos das roupas e colares, nos rituais secretos da iniciação, nas danças [...] e, marcadamente, nos arquétipos ou símbolos e modelos de comportamento do filho de santo, que recordam no cotidiano as características e aventuras míticas do orixá do qual se crê descender o filho humano. Isso reforçou o crescimento e a diversificação de um mercado livreiro sobre os orixás, de modo que a transmissão oral do conhecimento religioso, que caracteriza o candomblé, foi aos poucos incorporando o uso do texto escrito. (PRANDI, 2001, p. 19)

Ainda que a religião afro-brasileira esteja saindo da oralidade e indo para a escrita, há também a representação simbólica dos Orixás presente em diversos audiovisuais, como forma de propagação da religião e até mesmo homenagem à religião e suas divindades.

MC Tha, em seu videoclipe *Onda*, leva ao público símbolos de sua religião, propagando-a através do audiovisual, e de sua música, por meio do seu primeiro álbum intitulado *Rito de Passá*, apresentando a cultura afro-brasileira, a umbanda e os Orixás para um grande público.

3. Temos que falar de representatividade: Mc Tha e Umbanda

MC Tha é o nome artístico de Thais Dayane da Silva, nascida em São Paulo, no dia 7 de maio de 1993. Ela lançou seu primeiro *single* intitulado *olha quem chegou* em novembro de 2014, mas foi em 2019, em seu encontro com a umbanda e com o lançamento do seu primeiro álbum, que Mc Tha tornou-se conhecida no mundo da música.

Em entrevista e reportagem à revista *Kobá*, Mc Tha relata seu encontro com a música, com a umbanda, com o feminismo e como a religião a ajudou a se encontrar na música e trazer para dentro desse universo, com o funk, o que é ser uma mulher de umbanda, conforme pontua Domingues (2021, p. 36):

À primeira vista, a mistura pode causar certo estranhamento: alguém que se autodenomina MC e canta sobre espiritualidade. Um segundo olhar, com o ouvido mais atento, já deixa explícito o porquê, no fim das contas, esta mistura é tão natural. Pelo menos, foi assim que aconteceu para Thaís da Silva, ou apenas MC Tha, enquanto buscava se encontrar na carreira artística. A funkeira do bairro Cidade Tiradentes, em São Paulo, ainda tentava se encaixar nos moldes da indústria do estilo musical quando entrou para a Umbanda. E foi desse reencontro que nasceu o seu primeiro álbum de estúdio, 'Rito de Passá', lançado em 2019. Lançamento este, inclusive, que vai de encontro aos moldes geralmente seguidos por cantores de funk, que costumam lançar singles e EPs no lugar de álbuns completos. Porém, a carreira da MC Tha nunca seguiu padrões: em um momento, sensual de menos para ser funkeira, em outro, funkeira demais para ser MPB.

É importante contextualizar que a umbanda, da qual Mc Tha faz parte, é uma religião criada no Brasil e sincrética, como assinala Omolubá (2014, p. 13, grifo do autor):

A Umbanda foi trazida do plano astral ao plano físico em 15 de novembro de 1908. Apareceu no bairro de Neves – (4º Distrito de São Gonçalo) – na então pequena cidade de Niterói. O mensageiro e fundador foi um espírito que se nomeou Caboclo das Sete Encruzilhadas. Indagado sobre o nome do culto religioso, disse: *Umbanda*. Quanto à significação do vocábulo, esclareceu: "*Umbanda é a manifestação do espírito para a caridade*". O médium daquela insólita presença, um rapaz, de apenas dezessete anos de idade, chamado Zélio de Moraes.

Omolubá (2014, p. 14) destaca ainda que a umbanda, além de ser uma religião brasileira, é também sincrética, "constituíd[a] pelo Africanismo, Cristianismo e Hinduísmo, recebendo, contudo, influência do Catolicismo e Espiritismo".

A representatividade e a homenagem aos Orixás e às religiões de matrizes africanas, dentre elas, a umbanda, são constantemente vistas em músicas e videocliques, como o de Mc Tha, do qual trataremos em breve, além de estar presente em reproduções artísticas de personalidades como Zeca Pagodinho, Baco Exu do Blues, Maria Bethânia, dentre tantos outros artistas.

É possível observar que a relevância do estudo vai além da análise do videoclipe, uma vez que há também a justificativa e relevância sociocultural, já que as religiões de matrizes africanas são, em suma, marginalizadas no Brasil.

A respeito desse assunto, D'Angelo (2017) faz o seguinte comentário:

Nos últimos três meses, só no Rio de Janeiro, 32 denúncias foram recebidas, segundo a Secretaria Estadual de Direitos Humanos do Estado. Em 2016, mais de 70% dos 1.014 casos documentados pela Comissão de Combate à Intolerância Religiosa eram contra fiéis de religiões de matriz africana como a Umbanda e o Candomblé.

Torna-se relevante, então, o estudo da cultura afro-brasileira, da umbanda, de seus mitos e *itãs*, disseminando assim, informação e demonstrando a importância e a riqueza cultural, imagética e simbólica das religiões de matrizes africanas. Focados nesse propósito, nossa intenção é realizar um estudo sobre um dos *itãs* mais famosos da umbanda, o amor de Oxum e Oxóssi, representado e analisado a partir do videoclipe *Onda*, de Mc Tha, Jaloo e Felipe Cordeiro.

4. OXUM, OXOSSI E OXALÁ

Antes que possamos fazer uma análise entre o *itãn* de Oxum e Oxossi no clipe *Onda*, é importante destacar os elementos que compõem cada personagem na obra audiovisual, bem como o que cada um representa. Na primeira cena do videoclipe, é possível ver Mc Tha com uma roupa amarela, enquanto Jaloo está vestido com uma camisa e uma calça em tons verdes.

Figura 1 – Oxum e Oxóssi

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

É possível observar uma referencialidade à Mc Tha como representação de Oxum e Jaloo, como Oxóssi, e Felipe Ribeiro, que surge em seguida, como Oxalá. Essas comparações são possíveis por meio do aspecto icônico, presente na imagem. Santaella & Nöth (2010, p. 151) asseveram que

juntamente com a estratégia de sugerir, através de vanguarda referencial, semelhanças entre o produto e o objeto de valor cultural, existem também a estratégia de, em vez de afirmar tais semelhanças explicitamente, apresenta-las simplesmente como uma pressuposição lógica.

Barbosa Junior (2014) afirma que Oxum é representada através de suas vestimentas amarelas e de seu abebé (espelho), que usa para se olhar nas águas das quais ela é dona, é presenteada pelos seus filhos com pulseiras, brincos, colares dourados etc.

Figura 2 - Oxum

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

Oxum é vista por intermédio de seu aspecto simbólico nas religiões de matriz africana e, segundo Barbosa Junior (2014), como a senhora do ouro, das riquezas, do amor. Além disso, é Orixá da fertilidade, da maternidade, do ventre feminino, e a ela se associam as crianças. Nas lendas em torno de Oxum, a menstruação, a maternidade, a fertilidade, enfim, tudo o que se relaciona ao universo feminino é valorizado.

Jaloo representa Oxóssi, conforme aponta Barbosa Junior (2014). Na umbanda, ele é representado pela cor verde, sendo simbolizado pelo ofá (arco e a flecha), que carrega consigo, e que, no videoclipe, está presente na roupa utilizada pelo Jaloo. Oxóssi é, também, um Orixá, associado às matas e às florestas.

Figura 3 - Oxóssi

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

Barbosa Junior (2014) argumenta que, na umbanda, de modo geral, Oxóssi se aproximou do Orixá do Candomblé Ossaim, pois por meio do sincretismo e como Ser da mata, Oxóssi também manipula a medicina e espiritualidade através das folhas e plantas. Como a figura mítica do indígena habitante da floresta é bastante forte no Brasil, a representação de Oxóssi tende a se aproximar mais do índio do que do negro africano. Não à toa, Oxóssi rege a Linha dos Caboclos na Umbanda, estando ligado à floresta, às árvores e aos antepassados.

Por fim, o último a surgir no videoclipe é Felipe Cordeiro, representando Oxalá. Em seu aspecto simbólico, Oxalá foi o criador do homem e é a divindade a quem todos recorrem em momentos de fraqueza, dor ou necessidade de ajuda. Segundo Barbosa Junior (2014), Oxalá foi responsável pela criação do mundo e do homem. Pai de todos os demais Orixás, é responsável por dar ao homem o livre arbítrio, para trilhar seu próprio caminho; este orixá simboliza sabedoria, serenidade, pureza (do branco) e respeito.

Figura 4 - Oxalá

Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

Oxalá, como criador do mundo, é caracterizado como um homem de meia idade e a cor que o representa é o branco. (Prandi, 2001) assinala que a Oxalá pertence os olhos, que veem tudo e, como criador de tudo, é respeitado por todos Orixás.

É, portanto, a partir da compreensão da representação de cada Orixá no videoclipe que podemos entender e fazer as relações necessárias entre o videoclipe e os *itãs*.

5. onda: a representação do *itãn* do amor de Oxum e Oxóssi

Há na umbanda uma infinidade de *itãs* relacionados aos Orixás; um mesmo Orixá pode representar diversas lendas e contos míticos, que os aproximam de tantos outros Orixás.

Oxum e Oxóssi possuem inúmeros *itãs*, entretanto, sempre há em todos os *itãs* relacionados a essas duas divindades o amor que um sente pelo outro, a ponto de Oxum ter um filho com Oxóssi.

Em uma das versões dos contos a esse respeito, encontramos a seguinte descrição:

Oxóssi ia para uma caçada
buscar comida para sua gente
quando avistou Oxum nas águas doces.
Encantou-se imediatamente com sua beleza,
Com seu deslumbramento nas águas cintilantes.
Oxóssi, entrou no rio para alcançar o orixá
e lá ficou de amores com Oxum,
esquecendo-se da fome de sua tribo.
(PRANDI, 2001, p. 125)

Em *Onda*, podemos observar que há uma tentativa de transpor para o meio audiovisual a relação existente entre o *Itãn*, no videoclipe, Jaloo que, representado como Oxóssi, vê Oxum e se encanta por ela, entrando em suas águas e ambos dançam e brincam dentro dela.

Figura 5 – Oxóssi nas águas de Oxum



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

Há inúmeros *itãns* sobre Oxum e Oxóssi, por conta da cultura oralizada. As versões desses contos podem divergir em alguns aspectos, contudo, sempre há em todas elas um ponto de convergência, o amor e o relacionamento de Oxum e Oxóssi.

Em um segundo *itãn*, Oxum é quem se apaixona por Oxóssi e tenta encanta-lo, como assinala Barbosa Junior (2014, p. 182):

Oxum se apaixonou por Oxóssi, mas ele não se interessou por ela. Soube por um babalaô¹ que o Orixá se interessava apenas por mulheres da floresta, não pelas das águas. Então Oxum embebeu seu corpo de mel e rolou pelo chão da floresta. Dessa forma, seduziu Oxóssi.

No videoclipe, é possível observar aspectos desse segundo conto, onde, Oxóssi ao ver o espelho de Oxum caído no chão, abaixa-se para pega-lo e logo depois fica de frente para ela; na sequência, Oxóssi se encanta pela bela Orixá ao entregar-lhe seu espelho.

Figura 6 – Oxum encanta Oxóssi



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

Ainda que o videoclipe não exponha claramente Oxum embebida em mel como conta o *itãn*, é possível observar o momento em que ela “encanta” Oxóssi, por estar apaixonada por ele, fazendo assim referência ao segundo *itãn*.

¹ Entre os iorubas, sacerdote dedicado ao culto de Ifá, epifania da adivinhação. No Brasil, guia espiritual de certos candomblés jejes-nagôs dedicado a Ifá e que dominava a divinação por meio do *opelê-ifá*

Uma parte importante apresentada no videoclipe é Felipe Cordeiro, vestido de branco, em cima de um morro/pedras, observando Oxum e Oxóssi nas águas. Felipe representa Oxalá, pois, segundo os *Itãs*, conforme assevera Barbosa Junior (2014), Oxum era a filha predileta de Oxalá, assim como Oxóssi, também era filho de Oxalá, ambos filhos do mesmo Orixá.

Figura 7 – Oxalá tudo vê



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

Para além do fato de Oxalá estar em cima das pedras, ao lado das cachoeiras das quais, segundo os *Itãs*, Oxum é dona, cabe ressaltar que Oxalá, criador do mundo, é também o Orixá que tudo vê, e por conta disso, vê o amor de Oxum e Oxóssi.

Um ponto importante a se destacar, embora não apareça no clipe, mas é evidente e na música isso fica explícito, é que, nos *Itãs* do relacionamento entre Oxum e Oxóssi, há o nascimento de um filho, o Orixá chamado Logun-Edé. Um dos *Itãs* que faz referência a esse fato é o que segue:

Logun Edé era filho de Oxóssi com Oxum.
 Era o príncipe do encanto e da magia.
 Oxóssi e Oxum eram dois orixás muito vaidosos.
 Orgulhosos, eles viviam às turras.
 A vida do casal estava insuportável
 e resolveram que era melhor se separar.
 O filho ficaria metade do ano nas matas com Oxóssi
 e a outra metade com Oxum no rio.
 Com isso, Logun se tornou uma criança de personalidade dupla,
 Cresceu metade homem, metade mulher. [...]
 (PRANDI, 2001, p. 137)

Evidentemente, do relacionamento de amor entre Oxum com Oxóssi, houve um filho, porque, além do videoclipe, que mostra esse amor, podemos observar também a semelhança entre o *itãn* do amor de Oxum e Oxóssi, bem como uma provável relação que daria vida a um filho do casal na letra da música, ao ouvirmos a passagem em que Mc Tha canta junto a Jaloo:

Amor quero eternizar
 Esses dois corpos a se conhecer
 Num bar chamar pra dançar
 Não sei se posso, mas quero você
 Eu hei-de ir pro teu mar
 Com meus veleiros pra te navegar
 Quando essa onda rolar
 Eu vou me enroscar em você
 Viver molhada de tanto prazer
 Eu vou me enroscar em você
 (Mc Tha ft. Jaloo e Felipe Cordeiro, 2020)

Na música, é possível observar momentos em que se fala sobre o amor entre ambos, como em “amor quero eternizar esses dois corpos a se conhecer” e também em “quando essa onda rolar, eu vou me enroscar em você, viver molhada de tanto prazer, eu vou me enroscar em você.” E ao final da música, observamos a passagem para o momento em que se explora uma possível relação mais íntima entre ambos, a qual geraria um filho:

Amor quero curtir
 A vibe com você
 Deitar, rolar
 Só te dar prazer
 Pois só você que tem
 O que eu quero ganhar
 Teu corpo é mar
 E o meu, rio ao te encontrar
 (Mc Tha ft. Jaloo e Felipe Cordeiro, 2020)

Além da música em si, neste momento específico do videoclipe, é possível observar uma maior proximidade entre ambos “personagens” no audiovisual, conforme se verifica na imagem reproduzida abaixo:

Figura 8 – O amor de Oxum e Oxóssi



Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>

A partir da música, diante do *itãn*, ao assistir ao videoclipe, é possível perceber todo amor que houve entre Oxum e Oxóssi, e que este mesmo amor e relacionamento gerou também um filho.

É importante ressaltar que, nos *itãns*, os Orixás possuem proximidade com a realidade humana, já que, em determinado ponto de sua construção mítica, ele já foi um ser vivo, humano, tendo assim, relacionamentos, amor, raiva, ódio, rancor, paciência, raiva, etc. como salienta Verger (1997, p. 9):

A religião dos orixás está ligada à noção de família. A família numerosa, originária de um mesmo antepassado, que engloba os vivos e os mortos. O orixá seria, em princípio, um ancestral divinizado, que, em vida, estabeleceria vínculos que lhe garantiam um controle sobre certas forças da natureza, como o trovão, o vento, as águas doces ou salgadas, ou, então, assegurando-lhe a possibilidade de exercer certas atividades como a caça, o trabalho com metais ou, ainda, adquirindo o conhecimento das propriedades das plantas e de sua utilização o poder, à sé do ancestral-orixá teria, após a sua morte, a faculdade de encarnar-se momentaneamente em um de seus descendentes durante um fenômeno de possessão por ele provocada.

Para tanto, os *itãs*, são vivos, plurais, culturais e divergem em alguns pontos de narrativa para narrativa. Quando se trata do fim do relacionamento de Oxum e Oxóssi, há em alguns *itãs* o fato de que Oxóssi, vendo que foi enfeitiçado por Oxum, termina o relacionamento e vai embora deixando-a só, em outros, é Oxum que, ao ver que Oxóssi, caçador, quebrava tabus sagrados, foi embora deixando-o para trás.

No caso do videoclipe de Mc Tha, sua escolha foi pelo segundo *Itãn*, em que Oxum vai embora e deixa Oxóssi só; para isso, a cantora fez um segundo vídeo de 1min17seg intitulado “Mc Tha – Último Recado por Jaloo (Despedida)”, no qual, enquanto Mc Tha anda nua em direção ao mar, Jaloo, ainda vestido como a representação de Oxóssi, canta sozinho:

não tem ninguém aqui, eu vaguei, vaguei, vaguei e ainda vago, mas prometo meu amor que esse meu último recado eu quis ser seu namorado, eu quis, eu quis te levar pra casa, quis te dar um par de asas, quis que andasse na calçada, se cuida amor! (Mc Tha – Último Recado por Jaloo (Despedida), 2020).

Neste último vídeo, que embora não faça parte de *Onda*, mas está ligado a ele, podemos ver o *itãn* em que Oxum deixa Oxóssi, como Prandi (2001, p. 115) transcreve em seu livro, Oxum, sua esposa, casanda de ver o marido [Oxóssi] quebrar os sagrados tabus, abandonou a casa e o esposo.

Assim, de forma imagética e por meio da sua arte, sua música e do videoclipe, Mc Tha apresenta e representa a umbanda, bem como o amor entre dois orixás, findando o videoclipe com Oxum indo embora, enquanto Oxóssi, canta apaixonadamente para ela.

6. DENTRE MITOS E ITÃNS: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mc Tha é assumidamente uma mulher do funk que canta sobre sua história e sobre sua religião, apresentando e representando-a ao mundo, deixando claro ser umbandista e ter orgulho disso.

Assentada em tais premissas, criou um clipe que tem aspectos simbólicos que nos remetem aos *itãns* e à mitologia das religiões afro-brasileiras, que contam o amor e o relacionamento de dois orixás, Oxum e Oxóssi, ambos, presentes e cultuados na cultura brasileira.

É importante ressaltar que, sendo a mitologia uma narrativa oral e viva, passada de geração para geração, ela pode possuir mais de uma forma de ser contada, na qual Oxum se apaixona por Oxóssi, Oxóssi se encanta por Oxum, Oxum enfeitiça Oxóssi, ambos têm um filho e Oxum termina com Oxóssi ou até mesmo Oxóssi vai embora, deixando Oxum só.

Nesse sentido, vale ressaltar que há outros tantos *itãns* que apresentam também Oxum como esposa de outros Orixás como Xangô, Ogum e Exu. Embora essas outras lendas, narrativas e *itãns* existam, no Brasil, a mais cultuada e, também, a mais famosa é o *itãn* que une a Orixá da beleza, do ouro e da fertilidade, junto ao Orixá da caça e senhor das matas em um dos *itãns* dos quais, desse relacionamento, surge além do amor, um novo orixá, filho de ambos.

A umbanda é uma religião brasileira, com uma história cultural rica, e tendo como raiz a cultura africana que é, acima de tudo milenar. Falar sobre essa mitologia, representa-las e apresenta-las para o mundo é tão importante, quanto necessário, para que as religiões de matriz africana, em nosso país, deixem de ser marginalizadas e observadas de forma errônea.

Referências

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. Trad. Adail Ubirajara Sobral. 10. ed. São Paulo : Cultrix; Pensamento, 1997.

BARBOSA JUNIOR, Ademir. **O Livro essencial de umbanda**. São Paulo: Universo dos Livros, 2014.

D'ANGELO, Helô. As origens da violência contra religiões afro-brasileiras. **Revista Cult**, UOL on-line, 21 set. 2017. Disponível em: <<https://revistacult.uol.com.br/home/violencia-religiosa-candomble-umbanda/>>. Acesso em: 30 jan. 2021.

DOMINGUES, Naíse. Guerreira que canta, encanta e vence a guerra: entrevista com MC Tha. **Revista Kobá Exu**, n. 5, mar./abr. 2021.

MC THA; JALOO, CORDEIRO, Felipe. Onda. Youtube. 2020. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>> Acesso em: 30 jan. 2021.

MC THA. **Último Recado por Jaloo (Despedida)**. Yotube. 2020. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=sjtsxsFsaTg>> Acesso em: 30 jan. 2021.

OMOLUBÁ. **Doutrina e práticas umbandistas**: cadernos de umbanda. São Paulo: Ícone, 2014.

PÓVOAS, Ruy do Carmo. **Itan dos mais-velhos**: contos. Ilhéus: Editus, 2004.

PRANDI, R. **Mitologia dos Orixás**. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

ROCHA, Everaldo. **O que é mito?** São Paulo: Brasiliense, 1996. (Coleção Primeiros Passos)

SANTAELLA, Lúcia; NÖTH, Winfried. **Estratégias semióticas na publicidade**. São Paulo: Cengage Learning, 2010.

SOUZA, Daniela Barreto de; SOUZA, Adílio Júnior de. Itan: entre o mito e a lenda. **Revista Letras Escreve**, Macapá, v. 8, n. 3, 2. sem. 2018.

VERGER, Pierre Fatumbi. **Orixás, deuses iorubas na África e novo mundo**. Salvador: Corrupio, 1997.

BATMAN POR TRÁS DA MÁSCARA

Luísa Torres Americano^{1*}

Alvaro Americano^{2**}

Introdução

O presente trabalho tem como finalidade analisar o personagem Batman - O Cavaleiro das Trevas da DC Comics² - sob a ótica da Teoria de Psicologia Analítica de Carl Jung. A análise terá como base o herói dos HQ's e o seu histórico oficial. Nossa proposta inclui a apresentação do autor e de sua teoria, a biografia do personagem, uma breve reflexão sobre os super-heróis dos quadrinhos e a aplicação da teoria na análise do personagem Batman.

1. Um pouco de história das Histórias em Quadrinhos

Foi em um domingo, no início de maio de 1895, que boa parte dos pesquisadores sobre Histórias em Quadrinhos, como Moya (1986), definem como o início da publicação das HQs no mundo. O jornal era o New York Sunday World, da cidade de Nova York, e o desenhista responsável foi Richard Outcault. O personagem, que acabou caindo nas graças do público foi chamado de "O menino amarelo".

Outros desenhos ganharam as páginas dos jornais com o passar dos anos e, rapidamente, se tornaram uma das atrações favoritas das publicações. Em 1897, por exemplo, surgiu "Os sobrinhos do capitão", de Rudolph Dirks, e "Buster Brown" que também era uma criação de Richard Outcault.

* Graduanda em Psicologia da UniAcademia/Juiz de Fora. Bolsista do projeto de extensão Desenvolvendo Competências.

** Doutor em Comunicação, Cultura e Artes pela Universidade do Algarve (UAlg), Portugal. Professor Associado da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF).

² Entre seus principais títulos estão: Batman, Super-Homem, Mulher Maravilha, Aquaman, Flash e Lanterna Verde.

Uma verdadeira revolução nos quadrinhos acontece no final da década de 1920, com o aparecimento de dois personagens que trouxeram uma nova possibilidade para as histórias. O aparecimento de *Tarzan* e *Buck Rogers* acrescentaram a aventura definitivamente no cardápio oferecido aos leitores das HQs. Uma nova safra de personagens aparece em sequência como *Dick Tracy* (1931), *Flash Gordon* (1933) e *O príncipe Valente* (1937) além de histórias ligadas a gêneros diversos, que podiam ser policiais, ficção científica, faroeste ou guerra, por exemplo.

Mas é na Segunda Grande Guerra que surge um novo tipo de herói para as histórias em quadrinhos – os super-heróis. As HQs já haviam se consolidado como uma indústria poderosa, com produtos direcionados principalmente aos jovens. A grande quantidade de títulos e o fácil acesso às revistas transforma uma mídia lucrativa e pertencente à cultura de massa.

Criado por dois adolescentes, o *Superman* pode ser considerado o primeiro representante do mundo dos super-heróis (MOYA, 1986, p.145). O personagem pode ser considerado uma síntese do que parte dos jovens da sociedade americana sonhavam, ou seja, era praticamente indestrutível, com poderes sobre-humanos e uma firmeza de caráter inabalável. O ano era 1938 e o mundo enfrentava os dilemas e as dúvidas trazidas por regimes totalitários (à esquerda e à direita), preconceitos, nacionalismo e o início iminente da guerra.

O sociólogo romeno Mircea Eliade fala do homem moderno que, reconhecendo-se um fracassado e um limitado, sonha em se revelar, algum dia, um personagem excepcional, um herói. Tal como o tímido repórter do *Daily Planet*, Clark Kent, que ama Lois Lane, mas perde em comparação com a admiração que ela tem pelo seu alterego, sua verdadeira personalidade. (MOYA, 1986, p. 145).

Em um mundo dominado de incertezas, os novos heróis podem ser considerados uma mitologia moderna (GUYOT. 1994, p. 101)., fundada nos mitos clássicos, verdadeiros soldados invencíveis, que lutam ao lado das tropas aliadas para destruir os regimes alinhados ao fascismo e nazismo. “O herói positivo deve encarnar, além de todo o limite pensável, as exigências de poder que o cidadão comum nutre e não pode satisfazer” (ECO. 1984, p.258).

Um ano depois do lançamento do *Homem de Aço* outro herói passa a fazer parte da galeria dos defensores da sociedade. O cenário muda. As aventuras em Metrópolis, onde vive o *Superman*, passam para a também fictícia *Gothan City*, que pode ser considerada uma representação expressionista da cidade de Nova York. Os tons escuros, os edifícios opressivos, as ruas mal iluminadas e as características góticas e deformadas da paisagem onde se passam as aventuras de *Batman*, mas também dos vilões que enfrenta, remetem ao expressionismo alemão.

Fruto de um trauma de infância, como veremos adiante, a origem do personagem é fundamental para o desenrolar da história e sua busca contínua de impedir que o crime prospere na cidade onde vivia. Justiça e vingança convivem no personagem *Batman*, como sentido da honra do seu juramento na cena do assassinato de seus pais, como veremos a seguir.

Apesar de não desfrutar de superpoderes, o *homem morcego* cai nas graças do público. Talvez justamente pela sua face “humana”, ele consegue a identificação com um público ávido também de corrigir as injustiças e violências do mundo que vivia. Bastaria inteligência, determinação, treinamento e, claro, bilhões de dólares que permitiam colecionar equipamentos e tecnologia capazes de amparar sua luta brutal contra o crime.

Como a maioria dos heróis, o *Batman* viveu momentos diferentes na sua trajetória, que incluiu adaptações para televisão e cinema. O leitor dos primeiros anos, que procurava os quadrinhos como uma opção de entretenimento barata, foi se transformando com o passar do tempo, a chegada de novas tecnologias e as mudanças da sociedade. Um dos produtos da indústria cultural, o personagem foi reinventado algumas vezes para continuar a ser um dos personagens mais queridos entre os fãs dos quadrinhos.

Ao traçarmos uma linha de evolução entre os personagens das HQs é possível encontrar a fase que pode ser considerada como aquela responsável pela criação e solidificação do herói como mito, como deuses máximos na aplicação da Justiça e responsáveis pela proteção da sociedade. Aos

poucos esses deuses passaram a apresentar uma face mais humana, com suas contradições e fraquezas.

A chegada dos meios eletrônicos e a consolidação da TV influenciam em uma releitura dos heróis, que passam a ser retratados com maior apuro visual e vivem histórias com maior grau de violência e agressividade, um reflexo sentido principalmente pela própria sociedade que acolhe os personagens – envolvida no ambiente da Guerra Fria e nos resultados da retirada norte-americana do Vietnã. Em um mundo potencialmente diferente, os super-heróis também não serão mais os mesmos das décadas anteriores.

O aficcionado passa a ser integrante de uma *high cult* e, como tal, aspira o “mal”. O acesso à informação é confundido com “excesso de cultura”, e logo ele passa a desejar novas situações que atendam suas necessidades progressivamente mais malignas e exóticas. O herói pode até continuar ostentando seu status sagrado, mas seus opositores se tornam gradativamente mais profanos. Em uma era onde proliferam os anti-heróis, seres extremamente violentos e de caráter duvidoso, que caminham na tênue linha entre o bem e o mal, a figura do super-herói clássico acaba perdendo seu brilho e assim, todos os personagens que não passam a fazer uso de uma postura mais agressiva, são taxados como ultrapassados, perdendo assim mais leitores a cada dia. O vilão passa então a ser mais interessante, e atrativo comercialmente, que o próprio herói. (MATTOS; SAMPAIO, 2004, p. 218).

Se as novas tecnologias que oferecem uma diversidade de opções para o entretenimento diminuíram sensivelmente o número de publicações de histórias em quadrinhos, ao mesmo tempo trouxeram novas possibilidades para os personagens em diferentes suportes e jogos. Além disso, aos antigos e novos fãs das HQs dos heróis passam a se juntar novos públicos, sejam os colecionadores, que acompanham, discutem e palpitam sobre os arcos de histórias criadas – e as possíveis realidades paralelas, sejam novos consumidores impactados pelas possibilidades oferecidas pela indústria do entretenimento.

O Batman faz parte dessa realidade. Criado e desenvolvido para fazer sentido na(s) sociedade(s) que esteve e está envolvido, ele é certamente um dos mais enigmáticos e discutidos personagens construídos no mundo dos quadrinhos.

2. Carl Jung e a Psicologia Analítica

Carl Gustav Jung nasceu em Julho de 1875 em Kesswil, comuna da Suíça, no Cantão Turgóvia. Seu pai era um pastor luterano e, por isso, desde muito novo Jung foi fortemente influenciado por questões religiosas e espirituais.

Na universidade, ele escolheu estudar a Medicina com foco na Psiquiatria. Em 1905, tornou-se professor de Psiquiatria na Universidade de Zurique e médico efetivo na Clínica Psiquiátrica Burgholzli, em Zurique.

Embora já na época os estudos de Sigmund Freud fossem muito criticados nos meios científicos e acadêmico, Jung sentiu-se atraído pelo seu trabalho. Após várias trocas de correspondências e encontros, Jung torna-se amigo íntimo de Freud e o seu sucessor lógico.

Por volta de 1914, a amizade entre os dois sofreu uma ruptura por causa do papel central da sexualidade na teoria de Freud. Jung passou então a desenvolver suas próprias teorias sobre a análise de símbolos dos sonhos e sobre os processos inconscientes. Entre as suas obras mais importantes estão: *O Eu e o inconsciente* (1928), *Psicologia do inconsciente* (1912) e *Tipos Psicológicos* (1921).

Para Jung, a totalidade da personalidade é designada de psique. Todos os elementos conscientes e inconscientes, sentimentos e pensamentos estão contidos na psique. A noção de psique demonstra a ideia de que, para Jung, o ser humano é completo e não um ser fragmentado. O papel do ser humano é, então, o de desenvolver essa totalidade na sua maior potencialidade.

Para ele, a psique é composta por várias partes que atuam em conjunto. Distinguem-se três níveis na psique, a Consciência, o Inconsciente Pessoal e o Inconsciente Coletivo.

A Consciência é a parte da psique que o indivíduo tem acesso e conhece. O Inconsciente Pessoal é onde ficam armazenadas as atividades psíquicas que não tem aceitação do Ego, ou foram reprimidas, como problemas morais e conflitos pessoais. O inconsciente coletivo não depende da experiência pessoal, é um armazenamento de imagens primitivas ou latentes - uma espécie de herança passada por gerações.

Outros conceitos importantes do autor são os de arquétipos, ego, persona e sombra. Os arquétipos são “a existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo o tempo e em todo o lugar” (JUNG, 2000, p. 53), ou seja, são conteúdos arcaicos que nos são transmitidos por nossos ancestrais. O ego é o agrupamento onde se localiza o centro da consciência. A persona funciona como uma adaptação social - é a ponte entre o indivíduo e o mundo - e é representada por uma máscara. A sombra é aquilo que o Ego não aceita retendo esses conteúdos no inconsciente – podendo ou não vir a se tornar conscientes. A sombra possui as qualidades negativas do indivíduo e que o ego esconde.

3. Contexto da origem do Homem Morcego e descrição biográfica de Bruce Wayne, o Batman

Quando pensamos em super heróis, pensamos em personagens emblemáticos como Super-Homem, Batman e Capitão América, por exemplo. Apesar de serem heróis diferentes, eles possuem algumas características comuns. Uma delas é o uso de identidades secretas, isto é, codinomes, uniformes e máscaras. A máscara serve como uma proteção para sua real identidade e para que esses super-heróis possam conviver como cidadãos normais na sociedade, quando ela é retirada.

O Batman foi lançado nos quadrinhos da *Detective Comic* no ano de 1939. Foi criado pelo desenhista Bob Kane e pelo o escritor Bill Finger para a DC Comics. A proposta do personagem é uma oposição ao Super-Homem – herói criado um ano antes, com uma estética de luz, esperança e força provida pela luz solar, no planeta Terra. Já o *Batman* triunfa quando o sol se põe e o véu da noite cai sobre a cidade. É um ser que flutua acima da irracionalidade, loucura e, claro, de um fluxo constante e incabável de exuberantes supervilões sádicos. É importante perceber que o ano de criação desse personagem coincide com o início da Segunda Guerra Mundial, que durou até 1945, período este em que foi vista a brutalidade da guerra e as atrocidades cometidas pela/contra a humanidade.

As aventuras do *Batman* acontecem, majoritariamente, em *Gotham City*, uma cidade que está em uma explícita crise econômica e de desigualdade social. Os pais do personagem Bruce Wayne - que mais tarde se transformaria em *Batman* —Thomas e Martha, pertencem à abastada família Wayne que parecem, pelo menos à princípio, beneméritos que investem na reconstrução de *Gotham* para que a cidade se transforme em um bom lugar para se viver.

Bruce, aparentemente filho único do casal, cresceu isolado em uma mansão nos limites da cidade, ao lado de seus pais e do mordomo da casa. Quando era pequeno, o menino caiu em uma caverna com um grande número de morcegos. Esse episódio foi marcante na vida do personagem, uma vez que o acidente causou um intenso medo e trauma. A fobia de morcegos é um dos fatores para a criação do mito do *Batman*.

Quando Bruce Wayne tinha oito anos, ao sair de um cinema com a sua família, testemunhou o assassinato de seus pais, como consequência de um roubo. Esse acontecimento foi fundamental para o desejo de justiça do personagem, um dos fatos que concorreram para o surgimento, anos mais tarde, do Cavaleiro das Trevas³.

Assim, o jovem Bruce promete que vingaria a morte de seus pais e que se certificaria que ninguém mais perdesse os entes queridos em *Gotham* por assassinato. Desse modo, ele começa a treinar o seu corpo e sua mente, viaja pelo o mundo para estudar diferentes técnicas de combate e sobrevivência. Quando retorna à *Gotham*, ele está preparado para pôr em prática todo o aprendizado e sede de justiça que cultivou ao longo dos anos. Entretanto havia um problema: como Bruce poderia assustar os criminosos que rondavam à sua cidade? A resposta vem quando ele, sentado no escritório do pai, é surpreendido por um morcego que entra pela a janela. Nesse momento, o personagem relembra do episódio traumático que viveu na infância, um medo descrito como “primitivo”. Assim, para assustar os seus inimigos, Bruce se transforma naquilo que mais o apavora.

³ O Cavaleiro das Trevas é o nome que surgiu em 1986 com Frank Miller, em uma nova fase das aventuras do *Batman*.

Então, Bruce cria o seu emblemático uniforme, o traje com as cores preta e cinza com o símbolo de um morcego no peito; o capuz com orelhas pontiaguadas; o cinto de utilidades; a capa com o formato similar as asas de um morcego; a máscara que encobre parte do seu rosto e aumenta o ar de misticismo do personagem.

Com ajuda de seu leal mordomo, Alfred Pennyworth, Bruce vigia a cidade em uma caverna subterrânea na propriedade de sua família, a Batcaverna. Durante o dia, vive como o multimilionário e playboy Bruce Wayne. À noite, com o auxílio do Batmóvel – nome dado ao seu veículo – sai pelas ruas da cidade protegendo os cidadãos de Gotham dos perigos que a atormentam, vivendo como o taciturno e rígido Batman.

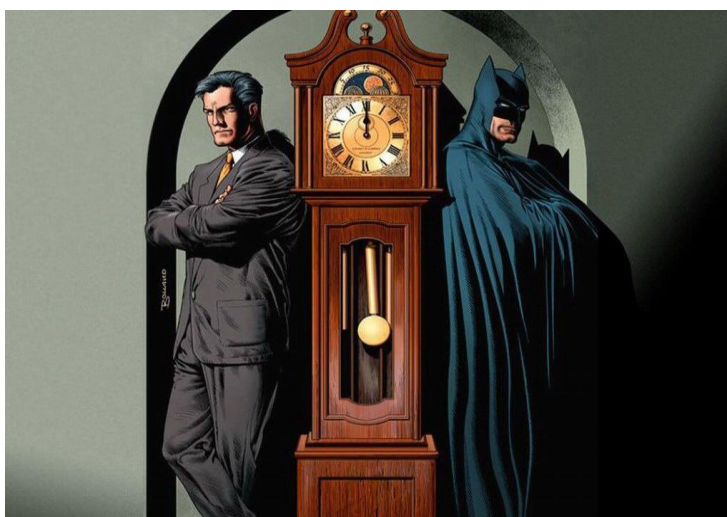
4. Análise do personagem

Como mencionado, as características fundamentais dos super-heróis são a posse de um superpoder e o uso de identidades secretas. O personagem Batman não apresenta nenhum superpoder, mas isso não significa que ele possa ser considerado um cidadão comum. O *Batman* mede 1,88 m, apresenta-se no ápice do vigor humano, é um experiente detetive, habilidoso em artes marciais e combate corpo-a-corpo, bem como possui uma vontade indomável de buscar a justiça – sua visão de justiça –, uma imparável determinação que faz com que ele consiga combater elevados níveis de dor física, pelo controle de sua mente.

É importante lembrar que o personagem faz a promessa de nunca matar e se mantém firmemente presa a ela – mesmo que várias vezes seja tentado a quebrá-la. O *Batman* é ainda conhecedor de uma ampla gama de assuntos e pode ser considerado um dos personagens mais inteligentes do universo da DC Comics. Em suas histórias, demonstra possuir o intelecto em um nível extremamente elevado – ele é detetive, estrategista, cientista, analítico e poliglota – e, uma vez que não tem poderes, precisa, na maioria das vezes, utilizar sua inteligência para enganar os oponentes, ao invés de lutar fisicamente com eles. Desse modo, mesmo não possuindo um superpoder, são as suas habilidades que o tornam capaz de combater os supervilões.

Entretanto, *Batman* possui a segunda característica que marca os heróis das histórias em quadrinhos, o uso de uma identidade secreta. O personagem utiliza um uniforme e máscara que remetem a imagem de um morcego. É sabido que a utilização da máscara pelos super-heróis é uma proteção de sua identidade real, de seus amigos e familiares e para que eles possam conviver com os cidadãos comuns. Assim, voltamos ao conceito de persona de Jung, em que a persona é uma máscara usada pelo indivíduo para desempenhar papéis sociais, ocultando a sua natureza real para que ele seja aceito na sociedade e se relacione com as outras pessoas. A identidade secreta dos super-heróis é a sua persona.

Figura 1 - Bruce Wayne e Batman, qual é a identidade real?



Fonte: <https://www.polygon.com/comics/2016/2/5/10917142/the-best-batman-comic>

Porém, no caso do *Batman*, a máscara revela a sua identidade real. O *playboy* e multimilionário Bruce Wayne é a persona, o verdadeiro disfarce do sombrio e violento Batman. Desse modo, Bruce desempenha um papel de intermediário entre o super herói e o mundo externo. Ao colocar a máscara, Bruce acredita ser possível realizar o que não consegue fazer normalmente.

You see the world as meaningless chaos. You feel that you need to impose order. It's a fundamentally fascist impulse that many people share. When you put on that mask, a different personality takes over. Powerful. Dominant. Able to cope with things. (THE LEGEND OF THE DARK KNIGHT, #39, 1992)⁴.

Outra análise importante de ser feita é em relação ao inconsciente coletivo. Esse conceito, previamente mencionado, refere-se ao armazenamento de imagens primárias que nos são transmitidas por nossos antepassados. Quando Bruce sofre a queda em uma caverna onde eram encontrados milhares de morcegos, o acontecimento causa um trauma no personagem, um medo primário. A representação do morcego associa-se diretamente aos símbolos primários pertencentes ao inconsciente coletivo. Este é constituído por arquétipos, que são indicações da “existência de determinadas formas na psique, que estão presentes em todo o tempo e em todo o lugar” (JUNG, 2000, p. 53). Desse modo, o morcego representa a escuridão, hábitos noturnos e longevidade.

Na Idade Média, os demônios eram muitas vezes retratados nas pinturas com asas de morcego – um contraponto às figuras de anjos que possuíam asas de pássaros. A apropriação da figura do morcego carrega duas representações. A primeira é que “para vencer o medo, você deve se tornar o medo”, frase dita pelo personagem Ra's Al Ghul e que está no filme *Batman Begins*, de 2005, dirigido por Christopher Nolan. O fato de *Batman* utilizar um emblema que foi responsável por um trauma na infância mostra a aceitação de seu medo. A segunda é a representação que a figura do morcego produz em sua luta contra o crime, aterrorizando os criminosos pelo seu visual sombrio. Assim, com a utilização de um símbolo que remete as trevas e ao vampirismo, *Batman* suscita um medo primário e inconsciente em seus adversários. Vale ressaltar a figura das gárgulas, elemento arquitetônico presente em alguns prédios, às quais o personagem remete quando aparece vigiando a cidade por sobre os seus edifícios – o que aparece frequentemente em suas histórias.

⁴ “Você enxerga o mundo como um caos sem sentido. Você sente a necessidade de impor a ordem. É um impulso fundamentalmente fascista que muitas pessoas compartilham. Quando você coloca aquela máscara, uma personalidade diferente assume. Poderosa. Dominante. Capaz de lidar com o que acontece.” (Tradução livre dos autores)

Na Idade Média, as representações das gárgulas, além de terem asas de morcego eram retratadas como criaturas que guardavam as torres – por isso são vistas no alto de prédios e igrejas – e serviam para afastar os maus espíritos, uma aproximação com o herói analisado.

Um monólogo retirado do quadrinho *The Legend of the Dark Knight*, em que um vilão consegue capturar o *Batman*, explora os conceitos de persona e de arquétipo:

Did you know that the word "Persona" originally meant "Mask"? According to Jung, this is the personality assumed by an individual in adaptation to the outside world. There's your mask Bruce, and you didn't make it just to hide your face. Some masks were used in battle to frighten the enemy. What was your idea with this one? Some are symbols of deep religious or personal belief systems. They could transform an ordinary person into a supernatural being. In Africa, people saw their fellow tribesmen transformed into spirits, demons, animals. Australian aboriginal "Bush Soul" masks conferred to the wearer the power of the animal or bird they represented. When you put on your mask, a different personality takes over. Why choose a bat? Something from your childhood I'll bet. But it's not that simple. The bat represents darkness. It's associated with witchcraft, black magic, vampirism. In Christian mythology it is "the bird of the Devil", an incarnation of the prince of darkness. Satan is often depicted with bats' wings. Do you see what I'm getting at? Batman is your dark side, your negative side.⁵

⁵ "Você sabia que a palavra "Persona" originalmente significava "Máscara"? De acordo com Jung, essa é a personalidade assumida por um indivíduo por adaptação ao mundo exterior. Essa é a sua máscara Bruce, e você não a fez somente para esconder o seu rosto. Algumas máscaras eram usadas em batalhas para amedrontar o inimigo. Qual foi a sua ideia com essa?

Alguns são símbolos de profunda religiosidade ou de sistemas de crenças pessoais. Elas poderiam transformar uma pessoa comum em um ser sobrenatural. Na África, as pessoas viram seus companheiros de tribo se transformarem em espíritos, demônios, animais. As máscaras de "alma do mato" (Bush Soul) dos aborígenes conferiam ao utilizador o poder do animal ou ave que ela representava.

Quando você coloca a sua máscara, uma personalidade diferente assume. Por que escolher um morcego?

Algo da sua infância, eu apostaria. Mas não é tão simples. O morcego representa escuridão. Está associada à feitiçaria, magia negra, vampirismo.

Na mitologia cristã é "o pássaro do Diabo", uma encarnação do príncipe das trevas. Satã é frequentemente retratado com asas de morcego. Você vê onde eu estou querendo chegar? Batman é o seu lado sombrio, o seu lado negativo." (Tradução livre da autora).

Batman possui vários interesses românticos ao longo das décadas. A mais significativa é Selina Kyle, a enigmática *Mulher Gato*, personagem que por vezes é apresentada como uma das vilãs a serem combatidas pelo herói e outras como uma aliada na luta contra o crime. Selina pode ser interpretada como a alma do *Batman*. A alma é um conceito junguiano que refere-se ao arquétipo que representa o lado feminino na psique masculina. Como *Batman* é praticamente a representação do lado considerado masculino – agressivo, independente e lógico – a *Mulher Gato* surge como sua representação feminina, ou seja, o seu caráter erótico e emocional.

O personagem Bruce Wayne, com disciplina, se torna mestre de seu corpo e mente. Ele explora o seu luto e seus medos e os utiliza como combustível para desenvolver o seu potencial e cumprir o seu objetivo: trazer justiça à uma cidade decadente. Assim, outro conceito importante de ser lembrado é o de sombra. Esse arquétipo é normalmente escondido da nossa consciência - é a parte que consideramos negativa e sombria de nós mesmos. O interessante no personagem é que Bruce não rejeita a sua sombra, mas a abraça. E isto é um dos fatores que propicia a sua jornada para virar o *Batman*, isto é, o reconhecimento da parte que mais o envergonha. Desse modo, Bruce transforma esse lado obscuro em consciente e encara seus instintos mais primários.

Assim, quando Bruce se torna o *Batman*, ele se entrega à sua sombra, o seu lado capaz de intimidar os vilões. Ele compreende que não pode renunciar à sua sombra, então ele a aceita – desde que ela o ajude em sua missão. Ele integra a sua sombra – desejo de vingança e impulsos violentos – com o filantropo multimilionário que busca melhorar a sua cidade natal investindo em projetos que a beneficie. Desse modo, podemos considerar que o *Batman* é a sombra de Bruce Wayne ou é a personificação física dela.

Um último ponto que consideramos na análise é a existência de outro Bruce Wayne. O que está no uniforme do *Batman*, com o capuz para baixo e sem a máscara, sentado na Batcaverna em frente a telas e monitores. Quando ele não é totalmente Bruce Wayne nem *Batman*, mas uma outra personalidade híbrida. Será essa a sua identidade real? A pessoa que ele

realmente é quando não tem o olhar dos outros? Talvez essa seja a própria dúvida do personagem Bruce Wayne. Afinal, ele é um homem que usa o disfarce de justiceiro ou O Cavaleiro das Trevas disfarçado em um playboy milionário?

Referências

BATMAN BEGINS. Direção: Christopher Nolan. Estados Unidos: Warner Bros, 2005. 1 DVD. (140 min.).

BATMAN. DC Comics v.2, n.1-52, set. 2011-maio 2016.

BATMAN. DC Comics, v.1, n.1, abr.1940.

BATMAN. DC Comics. Disponível em:
<https://www.dccomics.com/characters/batman>. Acesso em: 14 jun. 2021.

BATMAN: Ego. DC Comics, v.1, n.1, ago. 2000.

BATMAN: The Legend of the Dark Knight. DC Comics, v.1, n. 39, nov. 1992.

DUARTE, Alisson José Oliveira. Ecologia da alma: a natureza na obra científica de Carl Gustav Jung. **Revista da Sociedade Brasileira de Psicologia Analítica**, São Paulo, v. 35, n.1, p.5-19, jul. 2017. Acesso em: 5 nov. 2020.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Editora Perspectiva, 2008.

JUNG, Carl Gustav. **A dinâmica do inconsciente**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1984.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

MATTOS, Leonardo Martinelli de Campos; SAMPAIO, Rafael Cardoso Sampaio. **A evolução do mito do herói dos quadrinhos**. Universidade Federal de Juiz de Fora, 2004.

MOYA, Álvaro. **História da história em quadrinhos**. Rio de Janeiro: L&PM, 1986.

A ICONOFAGIA DA SÉRIE FINAL FANTASY E A RESSIGNIFICAÇÃO DE MITOS NOS VIDEOGAMES

Durval Ramos Junior*

1. Introdução

Ao contrário do que postula o senso comum, os deuses antigos não desapareceram junto com as culturas que os originaram. Ainda que as tradições grega, nórdica ou mesmo mesopotâmica que deram origem a diferentes divindades e mitos não existam mais da mesma forma que há séculos, essas entidades seguem vivas em nosso imaginário mesmo depois de tanto tempo. Embora a relação não seja mais como a de outrora, esses deuses seguem vivos como parte da cultura pop, presentes em livros, filmes e jogos e em contextos bem diferentes daqueles dos mitos originais.

É como se, para sobreviver às mudanças da cultura e ao avançar do próprio tempo, esses deuses tivessem aceitado se transformar em outra coisa, diferente daquilo que eles já foram um dia. Basta olharmos para o cinema ou para as séries de TV para vermos como Thor e Loki, por exemplo, deixaram de ser divindades que regiam a vida de toda uma sociedade para se tornarem mais um produto nas prateleiras de lojas da Disney.

Esse é apenas um exemplo entre tantos de antigos mitos que foram resignificados para se adequar à nossa cultura do pop, do entretenimento e do consumo. Ainda assim, o que sabemos sobre como se dá esse processo? Olhamos apenas para o mito original e como ele se adequou ao nosso imaginário contemporâneo, mas pouco analisamos sobre como ele chegou a esse estado e, sobretudo, o que se perdeu nessa transição. E, menos ainda, entendemos o que os deuses ganharam com tudo isso. Se eles não são mais as mesmas divindades antigas, o que se tornaram diante das novas relações simbólicas a que estão sujeitos? O que são essas novas imagens com as quais nos relacionamos em nossa cultura pop?

* Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná (UFPR)

Essas são questões que ecoam diretamente em várias de nossas produções culturais modernas, principalmente aquelas que, de alguma forma, referenciam esses mitos. É o caso da série de jogos *Final Fantasy*, que se apropriou de imagens de diferentes mitologias e as incorporou a seu universo, resignificando-as para criar uma espécie de mitologia própria. Ao longo dos anos, os jogadores deixaram de ver deuses como Shiva, Ifrit e Bahamut como entidades relacionadas a religiões e culturas antigas, mas como seres pertencentes a uma franquia de games. Esses deuses se tornaram algo novo, com novos significados. Mas como chegaram a esse ponto?

Para buscarmos uma resposta para isso, contudo, é preciso primeiro entender para onde olhamos. A série *Final Fantasy* é uma das mais famosas e tradicionais dos videogames, considerada um dos ícones do gênero RPG. São dezenas de sequências e títulos relacionados desde o lançamento do primeiro jogo, em 1987 para o Nintendo Entertainment System (NES), sendo 15 deles somente na linha principal — os chamados jogos numerados —, com um décimo sexto já em produção, além de diversos outros títulos dos mais variados gêneros e para quase todos os sistemas já lançados.

E apesar dessa grande quantidade de sequências, cada game é fechado em si próprio, ou seja, são histórias autocontidas e um capítulo não é necessariamente a continuação do anterior. Em comum, eles possuem apenas alguns elementos que se repetem ao longo de toda a série, como a identidade visual, a temática fantástica que mistura magia e tecnologia, algumas criaturas como *Chocobos* e *Cactuars* e a presença dessas entidades míticas sob a forma de *Summons*, seres que podem ser invocados pelo jogador em determinados momentos.

Esses *Summons* estão presentes em *Final Fantasy* desde *Final Fantasy III* (1990) e se tornaram parte fundamental da série, sendo retratados ora como parte fundamental da história, ora como apenas um elemento de jogabilidade. Em cada um dos jogos, eles aparecem sendo chamados de uma forma distinta — são os *Summons* em *Final Fantasy VII* (1997), *Guardian Forces* em *Final Fantasy VIII* (1999) e *Aeons* em *Final Fantasy X* (2001), por exemplo. É desta forma que vemos imagens míticas como as de Ifrit, Shiva,

Bahamut e Phoenix sendo retratadas e replicadas a ponto de se tornarem parte do imaginário criado pelo game e não mais incorporadas por ele.

Ao longo das últimas décadas, esses deuses se tornaram figuras tão recorrentes em *Final Fantasy* que há quem tenha conhecido esses mitos pelos jogos ou que acredite que eles foram criados para os games, sendo tão personagens quanto o herói controlado pelo jogador.

E não é exagero. Na verdade, foi um episódio assim que desencadeou esta pesquisa. Como jogador e alguém que, desde muito jovem, tem contato com os jogos da franquia, lembro de um dia ter me deparado com uma matéria em uma revista que falava sobre as entidades que inspiraram os *Summons* e foi somente a partir desse episódio que me dei conta de que o game se apropriou dessas imagens e as resignificou para criar algo próprio. Esse pensamento se tornou uma espécie de obsessão que resultou neste estudo, que é o primeiro passo de uma pesquisa maior sobre o assunto.

Assim, para entender como se dá essa resignificação das imagens míticas em *Final Fantasy* e como elas se tornaram novas imagens dentro do mundo digital do videogame, olhamos primeiro para as noções de mito de Eliade (2000) e Campbell (2008) e, a partir disso, para a ideia de iconofagia de Baitello Junior (2014) para compreender o processo de transformação da imagem e como elas se devoram para criar algo novo.

Como dito, este estudo é o início de uma nova pesquisa voltada a entender o papel desses mitos na cultura pop. Assim, a partir dos resultados obtidos aqui, a intenção é pensar sobre os nossos deuses e mitos contemporâneos, buscando compreender se essa resignificação permite que jogos como *Final Fantasy* possam ter uma mitologia própria baseada nessa apropriação e resignificação de imagens.

2. Os novos velhos deuses

Ao longo de toda a série *Final Fantasy*, os *Summons* sempre foram um dos elementos mais chamativos e populares de toda a franquia. A Square Enix¹, empresa responsável pelos jogos, criou uma combinação que tornava essas entidades bastante apelativas para os jogadores tanto em termos visuais, uma vez que todos eles eram criaturas gigantes e com designs bastante elaborados (FIGURA 1), quanto na parte de mecânica de jogo, visto que a sua invocação sempre garante ataques poderosos e vantagens para os jogadores.

Figura 1 - Summons aparecem sempre com destaque em cada um dos jogos, chamando a atenção inclusive visualmente



Com o sucesso dessas criaturas nos jogos, elas passaram a ser cada vez mais usadas e a lista começou a crescer, fazendo com que panteão criado ao longo desses 34 anos se tornasse significativamente extenso, com 70 *Summons* espalhados por cada um dos títulos principais da série. Nem todos eles são retirados de imagens míticas, já que alguns foram criados para o

¹ O estúdio adotou esse nome em 2003 após a fusão das empresas Enix e Square, sendo esta a criadora da série Final Fantasy em 1987.

próprio jogo a partir de criaturas existentes no bestiário desse universo ficcional. Além disso, nenhum dos jogos traz todas essas dezenas de seres de uma só vez, criando uma espécie de rotatividade entre os deuses representados — o que faz com que alguns sejam mais recorrentes do que outros.

Ifrit, Shiva e Bahamut são os que mais aparecem, estando presentes em todos os *Final Fantasy* da linha principal desde *Final Fantasy III*. Phoenix é outro que se repete com bastante frequência, embora tenha sido introduzido ao universo do game somente em *Final Fantasy V* (1992).

Curiosamente, apesar dessa popularidade, são poucas as vezes em que há uma explicação sobre a origem desses seres dentro da narrativa dos jogos. Apenas em games como *Final Fantasy X* (2001) *Final Fantasy XIII* (2009) e *Final Fantasy XV* (2016), por exemplo, é que a natureza desses *Summons* é justificada e integrada à história, quase sempre como deuses antigos ou como manifestação de forças naturais que, de alguma forma, decidem ajudar os protagonistas. De forma geral, eles são retratados apenas como entidades que existem dentro daquele mundo, mas sem uma grande contextualização sobre sua origem ou mesmo seu papel simbólico. Eles somente existem como um elemento de jogabilidade para ajudar o jogador.

Independente da abordagem tomada, fica clara a mistura promovida por *Final Fantasy*, que reúne figuras míticas das mais diferentes culturas, do hinduísmo aos povos nórdicos, passando pela religião islâmica, mitos gregos e até mesmo divindades mesoamericanas.

Ao mesmo tempo, percebe-se também que o significado dessas imagens dentro do jogo foi transformado e ele não mais corresponde àquele que lhe era atribuído em sua cultura original. Dentro dos games, o sentido que lhes é atribuído está muito mais ligado a algum elemento da natureza que remete ao mito original. É o caso do fogo para Ifrit ou da água para Leviathan. Contudo, o simbolismo que permeia cada um desses mitos desaparece para dar lugar à narrativa imposta pelo jogo ou apenas à associação dessas entidades com alguma força natural.

Dessa forma, levando em conta o distanciamento de seus sentidos míticos, ainda podemos considerar essas imagens como parte dos mitos clássicos ou esses deuses se transformaram em outra coisa?

Para responder a essa questão, precisamos primeiramente entender o que é o mito e o seu papel dentro da cultura. Eliade (2000) o descreve como uma narrativa que remete ao tempo primordial — ou, como o autor apresenta, uma forma de explicar o inexplicável. Segundo ele, os mitos vão sempre nos levar de volta à origem de tudo e que essa visão cosmogônica nos conecta com o todo, permitindo enxergar nosso papel dentro dessa estrutura.

A visão do mito como uma narrativa também ganha força sob a perspectiva de Jung (2017), com a diferença de que o autor o descreve com uma função um pouco diferente. Para o psicanalista, o mito existe para explicar o mundo a partir de símbolos, ou seja, tratando a imagem mítica como uma espécie de grande metáfora na qual os arquétipos que habitam o inconsciente coletivo de uma sociedade se manifestam. Levando em conta que esses arquétipos podem apontar para esse início de tudo, vemos como essas duas visões caminham para uma mesma direção do papel dessa estrutura dentro da cultura.

É a partir desse entendimento que Campbell (2008, p.17) propõe a ideia do mito enquanto um modelo para uma sociedade. De acordo com o autor, é o mito que vai explicar por que aquele grupo se organiza de determinada forma, uma vez que a “imagem mítica mostra a forma pela qual a energia cósmica se manifesta no tempo; à medida que mudam os tempos, mudam os modos de manifestação”. Deste modo, ele entende que os mitos traduzem essa energia que transcende o indivíduo e que é a partir dessas imagens que acontece essa reconexão. “Ao contemplar as divindades, esse indivíduo ganha uma espécie de força estabilizadora que o coloca, por assim dizer, no papel representado por uma divindade particular” (Idem).

Todos esses conceitos culminam na concepção de Durand (apud GASI, 2013) de que o mito funciona, portanto, como um sistema que agrega todos esses símbolos, arquétipos e esquemas e que tudo isso acaba sendo composto

na forma de uma narrativa. E é por essa razão que Gasi (2013, p. 35) defende que os jogos digitais também podem ser vistos como um mito, uma vez que eles são uma narrativa que agrega esse mesmo sistema dinâmico.

A ideia de que os jogos podem ser a base para a manifestação do mito é algo que encontra suporte inclusive em Barthes (2013, p.199), que defende que qualquer meio pode transmitir o mito, desde a fala e o texto ao vídeo e à publicidade. O autor francês entende que, “já que o mito é uma fala, tudo pode constituir um mito, desde que seja suscetível de ser julgado por um discurso”. Dessa forma, o que impediria que os jogos desempenhassem o mesmo papel?

Sendo assim, podemos concluir que o game enquanto mito manifesta esses arquétipos e esse sistema dinâmico de símbolos na nossa cultura atual e, no caso de *Final Fantasy*, o faz resignificando imagens míticas que já eram conhecidas anteriormente e atribuindo um novo valor que dialogue com o seu tempo. Assim, com os *Summons*, o que temos é uma atualização desses símbolos, ou seja, uma nova vida para os velhos deuses.

2.1. As várias formas do mito

Como dito anteriormente, *Final Fantasy* é uma das franquias de jogos que se apropriou de outras mitologias para criar seu panteão, ao contrário de jogos como *The Legend of Zelda* e até mesmo *Pokémon*, que possuem deidades criadas especificamente para os seus universos — ainda que estruturadas em torno de arquétipos que nos são comuns. E, ao trazer esses deuses para incorporá-los à narrativa de seus mundos, o game se apropria também de imagens já existentes.

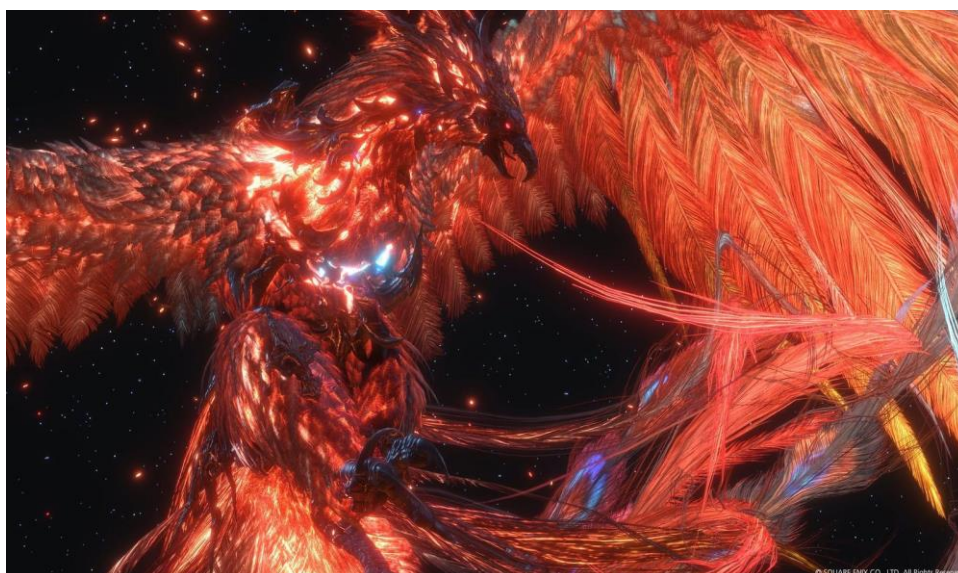
Mais do que criar uma *salada mitológica* que reúne mitos (e, portanto, todo um sistema de representação e significação) de diferentes culturas, o que *Final Fantasy* faz é atribuir novos sentidos àquelas imagens. A Shiva que o jogador invoca para ajudá-lo em combate em qualquer *Final Fantasy* é representada de forma diferente e carrega símbolos que não estão associados ao mito original hindu. O mesmo acontece com Ifrit, Bahamut, Leviathan e tantos outros.

Assim, por mais que os *Summons* se pareçam com os deuses de outrora, ainda podemos considerá-los como a representação de suas culturas uma vez que eles não dialogam mais com o contexto que os criou?

Vale pontuar, contudo, que há algumas imagens que ainda possuem traços que conectam os seres de *Final Fantasy* com suas contrapartes míticas. Vejamos alguns exemplos, a começar por Phoenix. A entidade é baseada na fênix, a ave que aparece em diferentes culturas, como a grega e a chinesa, e que tem como principal característica a morte no fogo e o renascimento nas próprias cinzas, representando desde o caráter cíclico da vida ao próprio movimento solar. Trata-se de uma imagem mítica bastante conhecida e que está muito presente em nosso imaginário, inclusive sendo representado na cultura pop também em filmes e desenhos, como na série *Harry Potter* e em *Cavaleiros do Zodíaco*.

Em *Final Fantasy*, ela é comumente representada como uma ave de fogo (FIGURA 2) e possui um papel ludológico que remete bastante ao mito original. Sua função dentro da jogabilidade, ao longo de toda a série, é trazer personagens aliados de volta à vida no meio de um combate. Assim, quando invocada, um herói derrotado volta à ação graças aos poderes deste *Summon*.

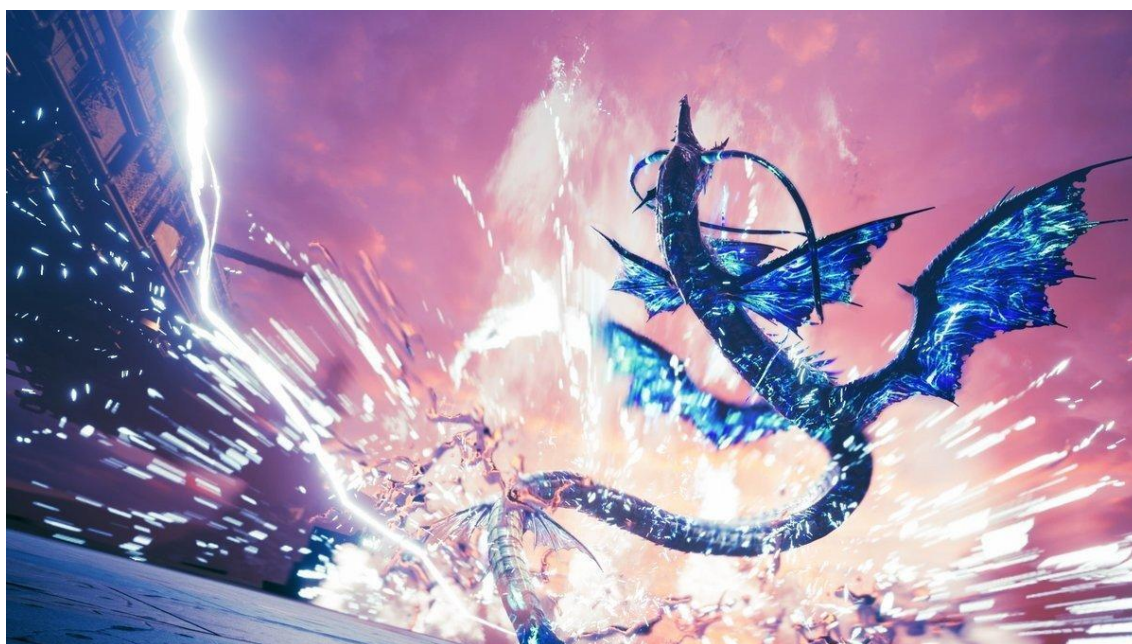
Figura 2 - A representação de Phoenix é bem próxima do mito originário da ave que renasce das próprias cinzas, inclusive na esfera simbólica



A mesma conexão entre jogo e imagem simbólica aparece em Leviathan, a criatura marinha dos mitos mesopotâmicos e hebraicos — e que chega a ser citada na Bíblia — que representa a ferocidade dos mares (FIGURA 3). Essa imagem, inclusive, se repete em diferentes culturas, sobretudo àquelas que possuem uma ligação com o mar para simbolizar a força e o potencial destrutivo das águas. É o que nos leva aos monstros marinhos que povoavam o imaginário europeu dos séculos 15 e 16 e que hoje vemos na cultura pop na forma do *Godzilla*, por exemplo.

E a forma com que o game apresenta a criatura é bastante semelhante a essa imagem mítica quase que em sua totalidade. Em *Final Fantasy XV* (2016), o *Summon* é descrito como uma deusa cuja “ruidosa fúria se alastrou às ondas, jamais se dissipando”, o que reforça esse caráter simbólico da fúria das águas que ela controla. Além disso, vale apontar o fato de que o jogo associa essas características a um feminino, tratando o monstro mitológico como uma deusa — algo que não aparece na maior parte dos relatos das culturas às quais a imagem mítica pertence originalmente.

Figura 3 - Leviathan aparece sempre como a serpente do mar capaz de controlar as águas



Apesar desse detalhe, é interessante ver, tanto no caso de Leviathan quanto de Phoenix, como se dá a tradução intersemiótica entre a representação dessas imagens nos jogos e a sua contraparte mitológica.

Partindo do modelo apresentado por Durand, Gasi (2013) descreve os três níveis dessa tradução nos quais o mito pode se manifestar no jogo. A primeira delas seria uma tradução icônica, na qual o mito e a sua representação têm o mesmo modelo de objeto. É o que vemos no caso dos dois *Summons*, visto que a imagem da ave de fogo e a serpente marinha se mantém ou sofrem pequenas alterações. A proximidade é tanta que ainda é possível enxergar o mito no Summon e vice-versa.

O segundo nível é a tradução indicial, ou seja, quando há indícios da figura mítica, mas revisitado de outra forma. Dessa forma, por mais que a fera dos mares se torne uma deusa feminina ou mesmo que outros jogos façam adaptações um pouco mais ousadas e que se distanciam da imagem mítica original, é possível ver o mito ainda que revisitado de outra forma. É o caso do já citado *Godzilla*, por exemplo.

Por fim, há a tradução simbólica, no qual o simbolismo do arquétipo está presente. Esse é o nível mais profundo desse processo, pois é o que mantém a conexão da imagem contemporânea com o mito naquilo que ele tem de mais forte. Nos dois casos analisados acima, vemos isso na prática, já que a ideia de morte e renascimento aparece em Phoenix e a força das águas ainda está presente na figura de Leviathan.

Contudo, não são todos os *Summons* que mantêm esses três níveis quando representados dentro de *Final Fantasy*. De todo o panteão criado dentro do universo do jogo, um dos mais característicos nesse sentido é Ifrit, que se transformou quase em um demônio judaico-cristão. Ainda que seu visual altere bastante em cada um dos jogos, a sua forma mais consolidada dentro da franquia é o de uma criatura ligada ao fogo com chifres e até mesmo pêlos e cascos, além da ferocidade ligada à imagem do fogo (FIGURA 4).

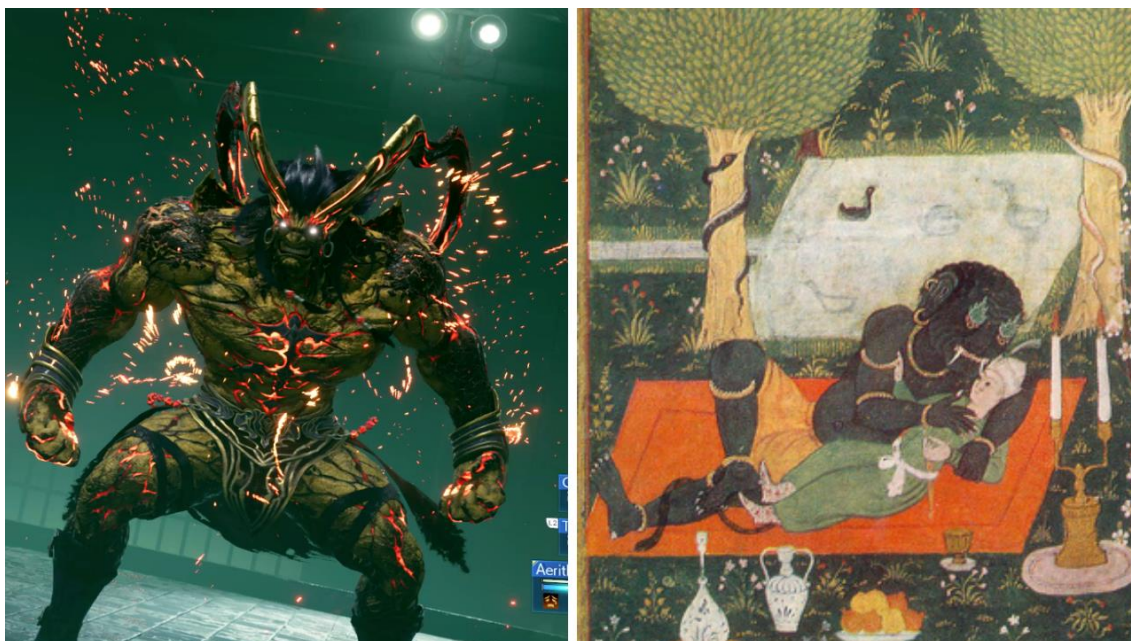
Figura 4 - Em *Final Fantasy*, Ifrit recebeu características que o aproximam de um demônio judaico-cristão



Por mais que o mito islâmico que originou a entidade também traga algumas dessas características, como sua relação com o fogo e até mesmo traços bestiais, a exemplo das presas (FIGURA 5), o *jinn* não tem essa conotação demoníaca que Ifrit conquistou no universo do game, sendo retratado como seres de fogo e fumaça e, às vezes, alados². Curiosamente, jogos como *Shin Megami Tensei* e *Persona* também se apropriam de imagens míticas dentro de sua narrativa e representam Efreet com uma forma um pouco mais próxima da cultura original (FIGURA 6).

² Descrição disponível em <https://www.britannica.com/topic/ifrit>. Acesso em 23 de junho de 2021.

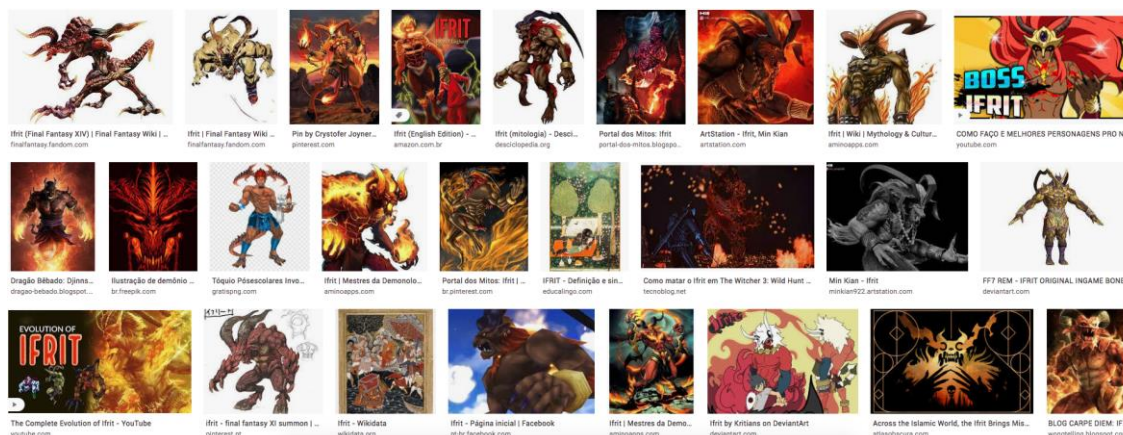
Figura 6 - À esquerda, a representação de Ifrit em Final Fantasy, com características mais bestiais que as existentes no imaginário islâmico (à direita)



Só que a imagem construída em *Final Fantasy* se tornou tão forte que o imaginário passou a enxergar Ifrit como o *Summon* apresentado no jogo, se afastando da imagem mitológica. Ao procurar pela entidade em serviços de buscas, como o Google, quase a totalidade dos resultados vai apresentar uma criatura demoníaca envolta em chamas — ou seja, passaram a usar o game como referência e a replicar aquela representação. (FIGURA 7)

Desse modo, nos deparamos com uma tradução semiótica diferente daquela descrita anteriormente, visto que ela ainda é muito mais icônica e indicial do que simbólica. Ainda estamos falando da mesma entidade — e, por isso, o caráter icônico permanece — e todas as alterações feitas na sua representação fazem que o *Summon* seja uma releitura do Ifrit mitológico. Contudo, o caráter simbólico já não é mais o mesmo. Enquanto a imagem islâmica associa os ifrits com o espíritos que fazem oposição aos humanos e com uma natureza dúbia, os significados atrelados em *Final Fantasy* são muito mais ligados ao fogo, sendo portanto uma espécie de manifestação do elemento sob controle do jogador.

Figura 7 - Uma busca por *Ifrit* no Google mostra como a imagem da divindade em Final Fantasy se tornou referência e passou a ser replicada por outros meios



E há casos ainda mais extremos em que há uma disrupção quase que completa com os mitos originais. A já citada Shiva mantém pouco (ou quase nada) daquilo que é apresentado na figura da cultura hindu. No universo do jogo, a entidade não carrega nem mesmo indícios e muitos menos o simbolismo da imagem original, sendo apenas a imagem pela imagem — e, nesse caso, isso se resume ao nome. A começar pela própria mudança de gênero, uma vez que a divindade original está ligada ao masculino, enquanto *Final Fantasy* a retrata como uma mulher que controla o gelo (FIGURA 8).

E é nessa relação com o elemento que o jogo baseia sua representação, associando a imagem do gelo e da neve enquanto algo plácido com o arquétipo feminino — e que contrasta com a ferocidade masculina do fogo em Ifrit. Nesse contexto, não há nada do Shiva mítico ligado às imagens de tempo, fertilidade e criação presentes no mito hindu.

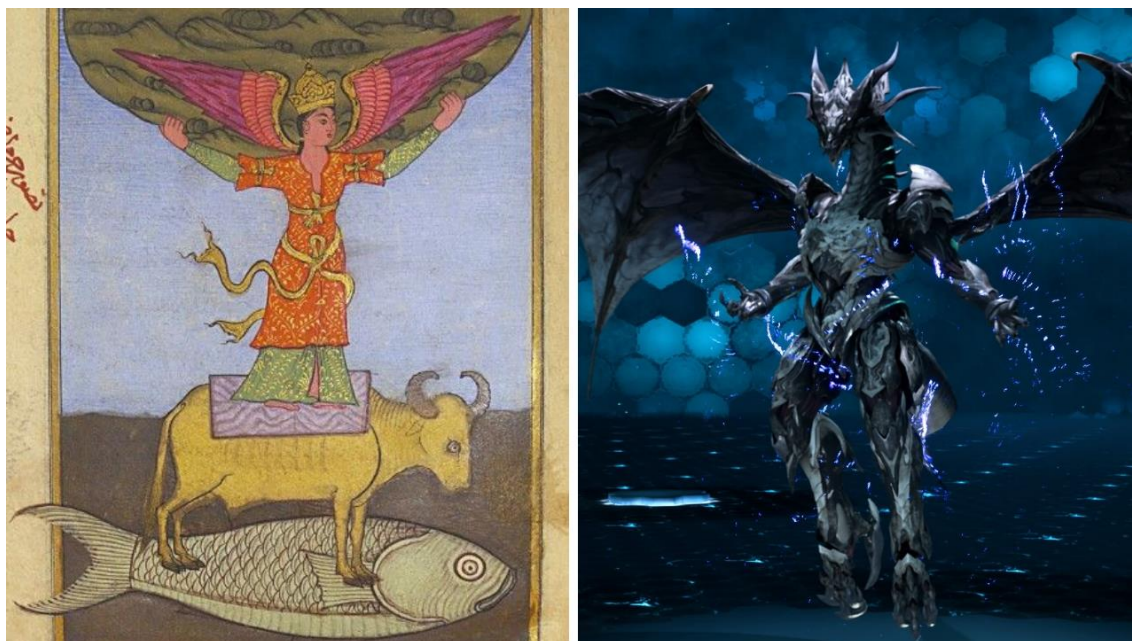
Figura 8 - A Shiva de *Final Fantasy* não carrega nenhuma relação simbólica ou mesmo indicial com a imagem mítica da divindade hindu, mantendo apenas o mesmo nome



Essa mesma tradução meramente icônica acontece na figura de Bahamut, um dos *Summons* mais populares de *Final Fantasy* e que se tornou uma espécie de símbolo dos jogos. Em cada um dos games, ele sempre aparece como um dragão alado que é invocado para disparar um ataque poderoso sobre o inimigo. Tal representação, contudo, não está presente nos mitos que originaram o personagem, visto que ele é baseado em uma história da cultura árabe sobre a composição do mundo (FIGURA 9).

Nessa versão, Bahamut aparece como um ser aquático gigante — às vezes é apresentado como um peixe gigante, uma baleia ou mesmo uma serpente — que carrega o boi Kujata em suas costas. Este, por sua vez, sustenta o mundo em que vivemos. Dessa forma, não há relação alguma com o dragão que *Final Fantasy* explora em seus jogos.

Figura 9 - O Bahamut mítico é representado como um peixe, mas *Final Fantasy* o retrata como um dragão



Isso acontece porque a imagem na qual o jogo se apoia não é mais a do mito, mas a de outra imagem já ressignificada. A primeira aparição de Bahamut como uma figura draconiana acontece no RPG *Dungeons & Dragons*, ou seja, o que o game faz é se apropriar dessa imagem e incorporá-la à sua mitologia, dando uma nova forma àquela imagem que já não se relaciona mais com seu mito original.

3. A Iconofagia de *Final Fantasy*

Diante desses exemplos, fica claro como *Final Fantasy* se apropria de determinadas imagens míticas, as ressignifica e as incorpora em seu universo atribuindo-lhes novos significados que pouco ou quase nada estão relacionados aos mitos que o inspiraram. O que vemos, portanto, é uma atualização desse imaginário que atribui novos sentidos a imagens pré-existentes.

Para Gasi (2013, p.84), esse movimento não é depreciativo em relação ao mito original, mas uma característica do próprio imaginário de se revitalizar de modo que ele continue dialogando com a sociedade na qual está inserido. Ao apontar que “[...] aquilo que é chamado de antigo é raramente velho, mas permanece como parte de uma trama que será recontada de maneiras diferentes e revitalizadas, de modo a fundir a um imaginário mais contemporâneo”, a autora descreve como os *velhos deuses* se reinventam para seguirem vivos nesse imaginário, ainda que, para isso, tenham de abrir mão de alguns símbolos aos quais estavam relacionados outrora, sobretudo se eles não fazem mais parte desta nova realidade.

Ainda assim, não há como negar o caráter de apropriação de imagens que predomina nessa *mitologia* de *Final Fantasy* — se é que podemos chamar assim. Mesmo no caso de Phoenix e Leviathan, que mantêm o elemento simbólico das imagens míticas originais, isso só acontece porque as duas entidades já estão bem estabelecidas em nosso imaginário e, portanto, trazer essa tradução nos níveis icônico, indicial e simbólico se torna mais simples. Contudo, no caso de divindades com as quais o jogador tem menos relação, o jogo se apropria da imagem em detrimento dos demais significados que eram atribuídos àquele mito.

E é nesse ponto que vemos a iconofagia de Baitello Junior (2014) em ação. Como aponta o autor, o que *Final Fantasy* faz na maioria dessas apropriações é remeter apenas ao repertório ou repositório das próprias imagens ao invés do mundo das coisas.

No caso, as imagens das divindades que estão no jogo precedem de outras imagens, como vimos em todos os casos. Phoenix mantém a imagem do pássaro de fogo que simboliza a morte e o renascimento porque outras imagens anteriores ao *Summon* mantiveram essa representação viva no imaginário de modo que ela pudesse ser usada quase que em sua totalidade no game.

Em casos como o de Bahamut, por outro lado, essa iconofagia fica ainda mais evidente, uma vez que *Final Fantasy* devora essa imagem que já havia sido resignificada anteriormente por *Dungeons & Dragons* e lhe dá mais força até ser devorada por outra imagem. Vemos isso acontecer também com Ifrit, que se apoia em outras representações do imaginário ligado ao fogo — incluindo aqui até mesmo o demônio judaico-cristão — ao ponto de a imagem criada pelo jogo ser assimilada por outros meios e dar sequência a essa cadeia.

E o que realmente chama a atenção nesse processo é que o significado por trás dessas imagens se perde. Não há mais interesse pelo simbólico, uma vez que apenas a sua superfície é o que interessa e novos significados são atribuídos, como vimos com Shiva. Em *Final Fantasy*, não olhamos para a entidade como uma representação do tempo, da fertilidade e criação como no Hinduísmo, mas como essa figura serena, mas ainda implacável, tal qual o frio e o gelo. Ifrit não é mais a figura dúbia do imaginário árabe, mas uma representação da ferocidade do fogo.

Isso tudo é o que Baitello Junior (2014, p.74) descreve como o segundo grau dessa iconofagia, na qual "[...] não se trata de penetrar nas imagens, fazer uso de sua 'função janela' para nos transportarmos para além da imagem. Trata-se efetivamente de consumir sua epiderme, sua superfície e superficialidade". É o que Flusser (2018) chama de idolatria, ou seja, a incapacidade de ler as imagens e passar a viver por elas. Assim, pouco importam os significados que essas imagens carregavam originalmente. Para o jogador, o que interessa é o que essa imagem diz para o jogo em termos narrativos e ludológicos.

É a autorreferência a que Baitello Junior (2014) aponta, ou seja, as imagens se referem apenas a imagens a ponto de perder seu significado, quase como se entrassem em uma espiral que as levasse a perder seu início. Isso vai na contramão desse retorno às origens que Eliade (2000) assinala como a essência do mito. Se o seu significado se perde, essas imagens ainda são míticas ou se tornaram apenas uma sombra do que já foram?

O que vemos em *Final Fantasy* é, portanto, essa iconofagia que nos faz perder o sentido original da imagem. Voltando a Bahamut e a Ifrit, temos as imagens dessas duas divindades sendo réplicas de imagens anteriores a ponto de os mitos originais não serem mais reconhecidos no processo. Mais do que isso, outras imagens passam a replicar as imagens desses *Summons* e a conexão com o sentido original se torna ainda mais difusa.

Contudo, chega a ser ingenuidade apontar isso como algo meramente negativo, porque as imagens não existem isoladas. Para Contrera (1996, p.56), os meios de comunicação (e aqui incluímos também os jogos digitais) “nascem no contexto dos imaginários culturais originais, dos mais específicos aos mais arquetípicos, e tiram deles seu poder central” graças à retroalimentação entre o imaginário cultural e o imaginário mediático.

Segundo a autora, os meios de comunicação passam a

[...] criar uma versão própria desse imaginário e a propagá-la de tal modo que podemos conferir a esse processo um status crescente de autonomia em relação ao imaginário cultural. Essa nova versão é inicialmente gerada pelos processos de seleção, edição, composição e re-contextualização desses conteúdos e de sua representação em imagens audiovisuais, que podemos dizer que constituem uma visão bem própria. (CONTRERA, 1996, p.56-7)

É essa autonomia que descola a imagem do mito original, permitindo a criação de algo novo e que vai ser replicado e devorado por outras imagens, dando início a um novo ciclo. É por essa razão que chegamos ao Ifrit contemporâneo que é diferente do Efreet árabe, da mesma forma que o Bahamut do jogo é apresentado como um dragão e essa se tornou a representação vigente da entidade — como se o peixe gigante de outrora tivesse evoluído no imaginário para essa nova forma. No fim, essas imagens já ganharam vida própria e se tornaram independentes de suas culturas originais.

4. Considerações finais

Dessa forma, a partir da iconofagia, podemos entender como acontece essa resignificação dos mitos antigos em *Final Fantasy*. O que vemos com os *Summons* é esse devorar imagens a que Baitello Junior (2014) se refere, ainda que isso signifique abandonar os símbolos a elas atribuídos. De tal modo, é possível dizer que a Shiva que aparece no jogo possui alguma relação com a deidade hindu apenas por compartilhar do mesmo nome? O Ifrit invocado pelo jogador é o mesmo de que os velhos mitos islâmicos falavam?

Levando em conta esse esvaziamento de significado, podemos concluir que não. Ao mesmo tempo, isso significa que os *deuses* de *Final Fantasy* são desprovidos de seus próprios sentidos? Não estariam eles representando outras coisas e que fazem mais sentido para o contexto no qual estão inseridos na sociedade?

Como vimos, por mais que haja essa dissociação com os mitos originais, cada um desses seres representa uma força da natureza em seus jogos e a forma como eles são apresentados traduz a imagem desses elementos — a ferocidade do fogo, a fúria das águas, a calmaria do gelo. Assim, por mais que o processo iconofágico tenha resultado na perda do sentido original, aquele que um dia deu sentido à vida de sociedades inteiras, outro foi incorporado a esses seres e é com esse novo significado que o jogador se relaciona.

Assim, de certo modo, o jogar se torna o ritual descrito por Eliade (2000), ou seja, a atualização do mito, o tornar essa narrativa real. Ainda que isso aconteça no campo ludológico da jogabilidade, o jogador está ali revivendo o ciclo de vida, morte e renascimento da fênix quando invoca o *Summon Phoenix* para recuperar seu grupo de heróis, da mesma forma que presencia a força do fogo como um elemento quando vê Ifrit como a personificação desse elemento.

Como o próprio Baitello Junior (2014, p.128) destaca, a iconofagia não é meramente um processo que cria imagens vazias e desprovidas de sentidos, uma vez que 'toda imagem se apropria das imagens precedentes e bebe nelas ao menos parte de sua força', sendo que esta força vem justamente desse lastro de referência de outras imagens.

Assim, quando *Final Fantasy* se apropria das imagens desses deuses antigos, é para beber dessa força e, assim, realçar o sentido que ela própria está criando. Mais uma vez, as imagens não existem isoladas. A autorreferência que marca a iconofagia é o que permite que esses deuses antigos sigam vivos e atuais dentro do videogame, mesmo que relacionados a novos símbolos e se alimentando de outras imagens — em alguns casos, às suas próprias.

Isso nos leva a uma nova questão: se a iconofagia faz com que os velhos deuses se tornem novas entidades, com novos significados, não seriam eles novos deuses e, portanto, parte de outra mitologia — uma mitologia própria de *Final Fantasy*, por exemplo? Como indica Baitello Júnior (Idem), nós ainda transferimos as velhas formas de encantamento para a mídia terciária, então o que nos impede de olhar para essas imagens como os mitos desse universo ficcional?

Entender se isso é mesmo uma mitologia é um ponto que se abre para futuras pesquisas, assim como a nossa relação com esses deuses. Afinal, o que difere as estátuas dedicadas aos deuses dos bonecos e *action figures* que os fãs de *Final Fantasy* têm desses *Summons*? Ainda que tenham se tornado produtos, há uma força simbólica nisso que merece ser melhor analisada.

Referências

BAITELLO Junior, Norval. **A era da iconofagia**: Reflexões sobre imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2013.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.

CAMPBELL, Joseph. **Mito e Transformação**. São Paulo: Ágora, 2008.

CONTRERA, Malena Segura. **O Mito na Mídia**: A Presença de Conteúdos Arcaicos nos Meios de Comunicação. São Paulo: Annablume, 1996.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera**: meios, imaginário e desencantamento do mundo. São Paulo: Annablume, 2010.

COURCIER, Nicolas; EL KANAFLI, Mehdi. **A lenda de Final Fantasy VII**: Criação, universo, significados. São Paulo: Editoria Europa, 2020.

ELIADE, M. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 2000.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta**: ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: É Realizações, 2018.

GASI, Flávia. **Videogames e mitologia**: A poética do imaginário e dos mitos gregos nos jogos eletrônicos. Nova Iguaçu, RJ: Marsupial Editora, 2013.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2017.

O JOYSTICK E A AMEAÇA NUCLEAR: IDEOLOGIA EM CALL OF DUTY: BLACK OPS¹

Dalton Santana Lima*

Introdução

O mercado dos videogames é uma peça colossal da economia e cultura de nosso tempo. Uma matéria da Superinteressante aponta que entre a indústria do cinema, da música e dos videogames, esta última “se mantém como a mais rentável, com [lucro de] US\$ 91 bilhões em 2016” (HARADA, 2020). Até 2020, mais de meio bilhão de unidades de consoles foram vendidas no mundo, sendo 155 milhões somente do *Playstation 2* (CURY, 2020). Neste mesmo passo, tratando-se dos jogos² propriamente ditos, o título *Grand Theft Auto V* (Rockstar Games, 2013) acumulou uma receita líquida de 6 bilhões de dólares na última década, se consolidando como o produto de entretenimento mais rentável da história (UOL, 2018). Contudo, logo atrás de seu estrondoso sucesso se segue a franquia *Call of Duty* (Activision Blizzard, 2003-), que, contando com lançamentos anuais ininterruptos desde o primeiro título em 2003, possui absoluta predominância na lista dos dez jogos mais vendidos no período entre 2010 e 2020 (OLHAR DIGITAL, 2020).

Dentre os títulos da franquia COD³, pois, o que tem lugar de destaque é precisamente o selecionado para esta análise: *Call of Duty: Black Ops*. Lançado em 2010 e contando com 30,9 milhões de unidades vendidas até 2019, o jogo foi o segundo mais comercializado na última década – atrás apenas de *Grand Theft Auto V* –, se solidificando como a ponta da lança do sucesso da franquia⁴. Se trata de um jogo de ação do gênero *First-Person Shooter* (Atirador em Primeira Pessoa) ambientado historicamente nos

¹ Uma versão ampliada e aprofundada dessas discussões aparece em meu trabalho de conclusão de curso do mesmo título, apresentado à UEL em junho de 2021.

* Graduando em História. Orientador: prof. Dr. Lukas G. Grzybowski.

² Por se tratar de um estudo de um jogo eletrônico, toda vez em que a palavra “jogo” for utilizada, será em referência aos videogames.

³ Sigla utilizada para se referir à franquia *Call of Duty*.

⁴ ALL time unit sales of selected games in the *Call of Duty* franchise worldwide as of October (STATISTA, 2019).

conflitos da Guerra Fria de 1961 a 1968, em que o jogador assume o papel de Alex Mason, um agente da CIA que atua com seu esquadrão em missões secretas por trás das linhas inimigas. Se trata, portanto, de um jogo que coloca o jogador na pele de um soldado americano atuando às escuras, no cerne das conspirações da Guerra Fria, onde deve-se combater os vietcongues no Vietnã e Laos, a Spetznaz no território soviético e os cubanos em Cuba.

A presente análise busca trazer luz à forma em que o jogo constrói a experiência do jogador, considerando não apenas os aspectos internos do jogo em si – como o enredo, a jogabilidade, os personagens, etc. –, mas também seus aspectos externos – a sua historicidade como um produto cultural oriundo dos Estados Unidos, as intenções dos desenvolvedores, a recepção do público, e assim por diante. Assim, o que se busca compreender é precisamente qual a ideologia que dá forma ao jogo: como a experiência do jogador é moldada, através de quais lentes ele não somente observa, mas principalmente age no ambiente histórico que o jogo retrata.

A base teórica utilizada para este intento se constitui nas análises da Guerra Fria de Eric Hobsbawm e Antônio Pedro Tota, nas formulações acerca da Indústria Cultural de Adorno e Horkheimer, na definição de Aparelhos Ideológicos do Estado de Louis Althusser e na crítica da ideologia de Slavoj Žižek. Não obstante, em um primeiro momento será realizada uma aproximação geral à teoria destes autores, para posteriormente ser feita a análise do jogo em si, sendo realizado, portanto, um movimento dialético entre a teoria e o objeto de estudo.

Desta forma, as perguntas que norteiam essa discussão são: qual a ideologia expressa pelos controles de Call of Duty: Black Ops? E qual o controle expresso por sua ideologia?

1. Guerra Fria, americanismo e Aparelhos Ideológicos do Estado

Não há como fazer uma análise de um jogo ambientado na Guerra Fria sem fazer algumas considerações sobre o período deste conflito. E não há como falar sobre este período sem atentar para o grande esforço de propaganda empreendido pelo governo dos Estados Unidos não apenas à sua população, mas ao mundo ocidental como um todo. Neste passo, segundo Antônio Pedro Tota,

No período entre guerras e, em especial, depois da Segunda Guerra Mundial, o espírito de unidade [dos Estados Unidos] se consolidou. O elemento principal dessa coesão era o anticomunismo. Mas, junto a isso, outras duas diretrizes ajudavam a sustentar a integridade do país. Uma delas era a fé inabalável de que qualquer desafio podia ser superado através da técnica e da tecnologia. Outra, ensinada às crianças como uma antiga história de ninar, era o temor, compartilhado por todos, da aniquilação nuclear. O país foi inundado por panfletos e propagandas veiculadas no rádio e na televisão. Às pessoas em geral, mais às crianças, em particular, dava-se instruções no caso de um ataque nuclear.

[...] Entre as décadas de 1950 e 1960, empresas especializaram-se em vender *kits* para a montagem de abrigos antiatômicos. Seguindo passo a passo (*step by step*, da cultura americana), o "você mesmo pode construir o seu abrigo antiatômico e salvar sua família quando a bomba chegar". [...] Era tão fácil que qualquer um podia montar o seu próprio abrigo. Utilizava o sistema do "faça você mesmo (*do it yourself*)" que marca a cultura americana demonstrando que a engenhosidade e a tecnologia podem resolver qualquer problema. Mesmo o terror de uma guerra nuclear. (TOTA, 2013, p. 186-187)

Se consolidou, assim, o espírito do americanismo: um termo exclusivamente ideológico em que a nação se definiu, consistindo nos valores de individualismo e iniciativa privada que se opusera ao comunismo (HOBBSAWM, 1995, p. 232). Em convergência este fenômeno, os Estados Unidos então se atribuíram o papel de *policia planetário* (TOTA, 2013, p. 182): eram eles os cruzados da suposta liberdade e democracia contra a aparente tirania da ditadura comunista totalitária durante o século XX.

É interessante atentarmos justamente à esta postura. A polícia propriamente dita, segundo a linha de Louis Althusser, se trata de um Aparelho Repressivo do Estado. Estes aparelhos se constituem nas forças que atuam majoritariamente através da violência – e secundariamente pela ideologia – para manter o Estado coeso. No entanto, os aparelhos repressivos possuem

um complementar: os Aparelhos Ideológicos do Estado (AIE). Ao contrário do primeiro citado, os AIE atuam primeiramente pela ideologia e, no limite, mesmo que de forma simbólica, pela violência. Ainda, são compostos por uma vasta ramificação de instituições privadas e, exatamente por isso, mais difícil de serem percebidas: podem assumir, por exemplo, a forma de bens de consumo, de propaganda, ou de propaganda imbuída nos bens de consumo. São, portanto, formas diversas de disseminação ideológica que se tornam coesas precisamente por conta de sua ideologia: a ideologia dominante, que é a ideologia da classe dominante (ALTHUSSER, 1996, p. 114-116).

Dito isso, voltemos rapidamente à postura americana na Guerra Fria. Ao final do século XX, com a dissolução do bloco soviético, líderes e intelectuais do mundo capitalista entenderam que a humanidade havia chegado à uma era pós-ideológica⁵. Sob esta concepção, o capitalismo seria então o último estágio da humanidade, o sistema pelo qual todos viveriam, isento das disputas ideológicas dos tempos da Guerra fria.

É aqui, pois, que se encontra o cerne deste estudo: os AIE não acabaram com o fim da Guerra Fria. Se o Estado – e o capitalismo – precisam deles, assim como dos Aparelhos Repressivos, para se sustentar, não há como a humanidade ter atingido o suposto “fim da ideologia”. Ainda, segundo o esloveno Slavoj Žižek, não há como vivermos em um mundo pós-ideológico, pois não há como vivermos fora da ideologia – com efeito, “a tragédia de nossa situação estando dentro da ideologia, é que quando pensamos que escapamos dela para os nossos sonhos, é neste ponto em que estamos dentro da ideologia” (ŽIŽEK; FIENNES, 2012).

⁵ Um trecho do discurso de posse do presidente americano George H. Bush muito exemplifica esta questão: “Pela primeira vez no século, pela primeira vez em talvez toda a história, o homem não precisa inventar um sistema pelo qual viver. Nós não temos que conversar até tarde da noite sobre qual forma de governo é a melhor. Nós não temos que arrancar a justiça dos reis. Nós temos apenas que convocá-las de dentro de nós mesmos” (BUSH, 1989). Tradução de autoria própria.

2. Ideologia, trabalho e diversão

Neste ponto é necessário definir a concepção do termo ideologia utilizado nesta pesquisa. Žižek, assim, aponta que a forma com que se entende na sociedade em geral o que é a ideologia é equivocada:

Geralmente nós achamos que a ideologia é como um par de óculos que distorcem nossa visão, e para ver a realidade você precisa tirá-los. Eu gosto deste [...] reverso refinado que aqui no oposto é a tese correta sobre termo. Ideologia é nosso estado natural, e para ver a verdade, você precisa colocar os óculos (ŽIŽEK, 2019).

Assim, em seu documentário *The Pervert's Guide to Ideology* (dirigido por Sophie Fiennes, 2012), Žižek traz como um exemplo genuíno desta inversão na interpretação sobre o conceito através de sua análise do filme *They Live* (John Carpenter, 1989). Neste filme, o protagonista John Nada encontra uma caixa cheia de óculos escuros em uma igreja abandonada e, ao colocar um deles, percebe que passa a ver a “verdade” por trás das coisas. Ao olhar para um *outdoor* publicitário qualquer na rua, John Nada vê nada mais que uma mensagem fria em letras cinzentas e fundo branco que diz: “obedeça”. Ao passar por uma banca de revistas, vê toda sorte de mensagem do mesmo tipo: “não questione”, “não pense”, “case e reproduza”. Neste ponto, Žižek afirma que

Nos dizem que vivemos em uma sociedade pós-ideológica. Nós somos interpelados, isto é, dirigidos pela autoridade social não como sujeitos que devem fazer o seu dever, se sacrificar, mas sujeitos de prazeres. ‘Realize seu potencial. Seja você mesmo. Siga uma vida satisfatória.’ Quando você coloca os óculos, você vê a ditadura na democracia. É a ordem invisível que sustenta sua aparente liberdade. (ŽIŽEK; FIENNES, 2012. min. 3-45)⁶

⁶ Do original: “We live, so we are told, in a post-ideological society. We are interpolated, that is to say, addressed by social authority not as subjects who should do their duty, sacrifice themselves, but subjects of pleasures. ‘Realise your true potential. Be yourself. Lead a satisfying life.’ When you put the glasses on you see dictatorship in democracy. It’s the invisible order, which sustains your apparent freedom.” Tradução de autoria própria.

Portanto, de forma direta, o autor diz que, mais do que uma ilusão “imaginária”, a ideologia é a nossa maneira espontânea – naturalizada – de nos relacionarmos com o mundo (ŽIŽEK; FIENNES, 2012). É exatamente a ordem inexistente que sustenta a vida no capitalismo tardio: a necessidade absoluta do prazer individual. Para Žižek, portanto, os sujeitos sabem o que fazem (sabem que, no caso, buscam pelo prazer); o que eles não sabem é a *forma* que fazem (ŽIŽEK, 1992. p. 62.).

Eis, portanto, a dialética da ideologia: os seres humanos se relacionam socialmente, e suas relações sociais são imbuídas por ideologia. Essas relações, por sua vez, assumem diferentes formas – podem ser uma conversa ou mesmo um trabalho executado –, e são, elas próprias, ideologia. Tomemos como exemplo a relação social *trabalho*: um trabalho é realizado por um sujeito e produz objetos – materiais ou imateriais – que precedem outros sujeitos e tem papel na intermediação destes com o mundo (FLUSSER, 2007, p. 194). De forma mais direta: as relações sociais produzem objetos que condicionam outras relações sociais, que são, em última instância, ideologia. Não obstante, o papel da crítica da ideologia é justamente identificar a ideologia que dá forma às relações sociais.

Entendido isso, cabe atentar para o fato de que, para além de trabalhar, os sujeitos possuem o seu tempo livre – tempo este apenas conquistado após anos de luta por direitos trabalhistas, regularização da jornada de trabalho e assim por diante. Este tempo livre, todavia, está permeado – quando não é puramente formado – por objetos destinados à diversão; como por exemplo um *videogame*. Explorando os escritos de Adorno e Horkheimer sobre a indústria cultural, podemos afirmar que “a diversão é o prolongamento do trabalho sob o capitalismo tardio. Ela é procurada por quem quer escapar ao processo de trabalho mecanizado, para se pôr de novo em condições de enfrentá-lo” (ADORNO; HORKHEIMER, 1985. p. 128). É aqui, portanto, que retomamos a citação anterior de Žižek para compreendermos que, para além da exploração do indivíduo pelo trabalho, no capitalismo tardio a própria diversão é uma forma de exploração. Nós

somos obrigados a aproveitar: a diversão é, em última instância, uma relação social projetada para condicionar os sujeitos ao trabalho.

Assim, as mercadorias destinadas a diversão são, efetivamente, Aparelhos Ideológicos do Estado – o que já ficara claro na exposição das ideias de Althusser. No entanto, o que pretendo chamar a atenção aqui é que, em um cenário onde os Estados Unidos ocupam o lugar de *policia planetário*, a diversão exportada pelas empresas americanas – e pelo próprio *american way of life*, o coração do americanismo – é, precisamente, uma arma de dominação tão ou mais efetiva que a força das armas e da bomba nuclear. Seus produtos, por fim, são consumidos aos milhões de *consumidores* por todo o mundo ocidentalizado – assim como *Call of Duty: Black Ops*, o segundo jogo mais vendido da década de 2010.

3. Características gerais de COD: *Black Ops*

Uma vez compreendido o lugar de nosso objeto na História, isto é, como um produto herdeiro da propaganda da ideologia americanista/capitalista empreendida no século XX por meio da indústria cultural, faço aqui e no próximo tópico uma breve apresentação dos aspectos gerais do jogo de maneira objetiva, sem adentrar em detalhes da análise crítica, que será realizada no tópico cinco.

Desta maneira, COD: *Black Ops* é, como dito, um jogo do gênero *First-Person Shooter* (FPS). A característica central deste gênero se constitui na perspectiva em que o jogador interage com o mundo do jogo: a câmera assume o lugar da visão do personagem que, por sua vez, é a visão do jogador. As figuras 1 e 2 exemplificam a diferença entre esta perspectiva e a perspectiva de um jogo em terceira pessoa:

Figura 1 – Visão do jogador em COD: *Black Ops*

Fonte: Imagem de acervo próprio.

Figura 2 – Visão do jogador em GTA 5

Fonte: <<https://freegamesmac.com/game/grand-theft-auto-5-mac-pc/>>. Acesso em 26 de abr. de 2021.

Evidentemente, a diferença é em relação à perspectiva do “eu” e do “ele”. No caso de GTA 5 (figura 2), o jogador observa o personagem por completo, e este, por sua vez, interage com o mundo. Já em COD (figura 1), o personagem é, para todo efeito, o próprio jogador, uma vez que a única coisa que fica entre este e o mundo do jogo são as mãos do personagem – forma-se, assim, uma posição de “jogador-personagem”. Isso insere o jogador

no jogo de maneira deveras imersiva⁷, e o próprio design da trilha sonora é feito com função nisso: os sons ao redor do personagem são projetados de seus respectivos lugares. O jogador, por exemplo, ouve seu aliado atirando à sua direita, alguém gritando atrás e aviões passando por cima de sua cabeça. Por se tratar de um *First-Person Shooter*, o jogador assume o lugar de um atirador; na maior parte do tempo de jogo está atirando. O enredo em si desenrola-se quase como um pano de fundo para o tiroteio intenso que percorre por quase todas as missões⁸, de forma que a maior tarefa do jogador é “limpar” uma área de inimigos apenas para correr para a próxima.

Ainda, COD: *Black Ops* é um jogo de ação. Isso implica, de acordo com a definição de Domenic Arsenal, que o jogador deve

[...] implementar com sucesso as ações corretas utilizando destreza manual e reação rápida. Como fica claro, esta é a modalidade de ação em que jogos de ação (entendidos como um gênero ou um ramo de jogos) se colocam veementemente. Uma especificidade adicional [...] é que o jogador tem acesso, através de seu ou sua personagem, a certo repertório de movimentos que ele/ela deve acionar coerentemente. (ARSENAL, 2016, p. 228)⁹

Deste modo, em COD: *Black Ops*, a experiência do jogador se passa em primeira pessoa, como um atirador, e deve superar os desafios do jogo agindo rapidamente com os controles disponíveis. Suas ações se delimitam, portanto, em caminhar, correr, pular, agachar, deitar-se, interagir com objetos, atirar arremessáveis, golpear com uma faca, mirar e atirar. Há ainda alguns pontos do jogo em que se utiliza veículos como uma motocicleta, um carro, um helicóptero, um barco militar e a visão térmica de uma aeronave *Blackbird*, que voa acima da estratosfera e serve como suporte para a localização dos inimigos pelas unidades terrestres. As missões, por sua vez, acontecem em

⁷ Entendo “imersão” como “um estado geral resultado da soma de um comprometimento mental focado (atenção) com a sensação de deslocamento corporal para dentro do mundo ficcional com controle e autonomia sobre as ações do personagem e da simulação (agência e transformação)” (AUDI; OLIVEIRA, 2014).

⁸ Na franquia COD, as fases do jogo são denominadas como “missões”.

⁹ Do original: “[...] successfully implement the correct actions using manual dexterity and fast reaction time. As is readily apparent, this is the actional modality on which action games (understood as a genre or branch of games) heavily rely. An additional specification [...] is that the gamer has access, through his or her player-character, to a certain repertoire of moves which s/he must deploy accordingly”. Tradução de autoria própria.

forma de eventos rápidos, e a maior delas não ultrapassa a duração de trinta minutos. O jogador controla o protagonista, Alex Mason, na maior parte do tempo; no entanto, há algumas missões em que se controla o agente Jason Hudson, líder da equipe de Mason, e Viktor Reznov¹⁰, um ex-sargento do Exército Vermelho, em uma missão que se passa como um *flashback* de um episódio deste personagem durante a Segunda Guerra Mundial. Estes momentos, no entanto, não possuem diferença alguma na jogabilidade do jogo em si, de forma que ocorrem apenas como um artifício narratológico para preencher alguns pontos da história do jogo que não seriam possíveis caso a perspectiva do jogador se centrasse apenas no protagonista.

Ainda, para além dos fictícios, há três personagens históricos no jogo, cujas aparições possuem peso importantíssimo no enredo e na experiência do jogador como um todo: o ex-presidente americano John F. Kennedy, seu secretário de defesa Robert McNamara, e o líder revolucionário Fidel Castro, que tem um papel de vilão no jogo.

Portanto, esta é a dinâmica com que a história se desenvolve ao longo de suas quinze missões. O jogador supera seus desafios que consistem, geralmente, em um ambiente repleto de inimigos, tudo de maneira intensa e rápida, sob ininterrupto fogo inimigo acompanhado de inúmeras explosões. Ainda, mesmo nas duas missões em que não há um desafio a ser superado de fato, elas também passam de maneira muito rápida, com diversos cortes e informações atiradas o tempo todo ao jogador.

4. O ‘chamado do dever’ e a ‘história não contada’

Tratemos, então, do enredo. Apresentarei aqui apenas as ideias gerais da história como um todo e os detalhes da primeira missão do jogo, junto de algumas capturas de tela de momentos-chave. Naturalmente o leitor pode se perguntar: é possível fazer uma análise apenas com uma parte do jogo? E a

¹⁰ Reznov é um personagem já conhecido do título *Call of Duty: World at War*, de 2008, que precede a história de *Black Ops na cronologia*. Neste sentido, o russo, muito mais do que um mero personagem que atua no pano de fundo da história, é o elo que liga o enredo da Guerra Fria à Segunda Guerra Mundial.

resposta é, para todo efeito, sim, pois logo na primeira missão são apresentadas as linhas gerais de como o jogo toma forma como um todo – e, como a história do jogo tem cerca de cinco horas de duração, um espaço muito maior seria necessário para debater seus detalhes a fundo. Ainda, é válido apontar que existem três modos de jogo distintos no *Black Ops*: o modo história, o modo zombies e o multijogador. A atenção aqui se volta apenas ao primeiro, devido aos outros dois possuírem outra dinâmica e necessitarem de uma atenção à parte que, infelizmente, extrapolaria os limites do capítulo se eu assim fizesse.

Desta forma, o jogador-personagem inicia a história amarrado a uma cadeira de tortura, sendo bombardeado por perguntas de um homem cuja silhueta aparece em uma janela ao fundo da sala em que se encontra. Esta, por sua vez, é repleta de telas antigas (afinal, a história se passa na década de 1960), onde é transmitido, em um primeiro momento, o próprio rosto do personagem enquanto é torturado (figura 3); pouco tempo depois, porém, elas começam a transmitir uma sequência numérica desconhecida pelo jogador.

Figura 3 – Rosto de Alex Mason nas telas da sala de tortura



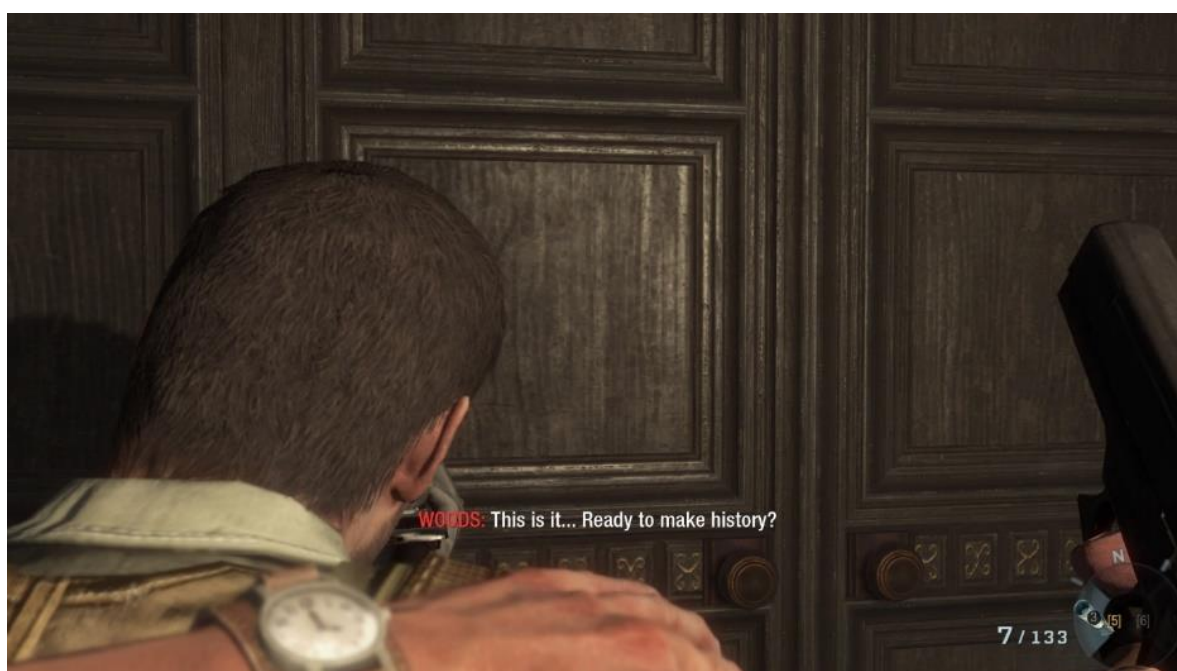
Fonte: Imagem de acervo próprio. Na legenda, o interrogador diz: "Seu nome é Alex Mason. Você nasceu em Fairbanks, Alaska. Em 1961 você serviu em uma equipe de assassinato da CIA conhecido por Operação 40. Isso está correto?" Tradução de autoria própria.

O interrogador pergunta ao protagonista, Alex Mason, sobre o significado de certos números, e onde fica sua “estação emissora”. O protagonista, atordoado, não sabe responder, e a tortura continua com fortes descargas elétricas que fazem com que a tela tenha *flashes* brancos e o personagem mova a cabeça de um lado para outro. Neste ponto, toda a ação que o jogador pode realizar é apenas mover a câmera/visão – os diálogos seguem de modo automático, como todas as falas do jogo. Assim, o interrogador questiona Mason sobre sua participação em uma operação em Cuba – na invasão da Baía dos Porcos – e, posteriormente, o jogador é transportado para viver as memórias do protagonista naquele evento. O enredo do jogo, portanto, se desenvolve desta maneira: ao início de cada missão o interrogador questiona Mason, que se lembra dos ocorridos e o jogador, por sua vez, (re)vive as memórias do protagonista. O interrogatório continua por todas as missões, sempre em busca do significado dos números e da localização da estação emissora – até que é revelado que os números são uma programação que faria com que agentes comunistas infiltrados no território americano liberassem um gás nocivo denominado Nova 6, dizimando parte da população e iniciando uma guerra nuclear entre a potência capitalista e a socialista. Ainda, descobre-se que a estação emissora destes números está localizada em uma base subaquática abaixo de um navio soviético no Golfo do México, próximo à Cuba, que serviria como um ponto de suprimentos para as tropas soviéticas invadirem o território dos Estados Unidos.

Portanto, o enredo do jogo se desenvolve com o objetivo de eliminar a ameaça comunista e evitar uma guerra nuclear. Logo na primeira missão, o jogador-personagem atua em Cuba, onde seu objetivo principal é assassinar Fidel Castro, o líder da Revolução Cubana. Após invadir sorrateiramente o território e passar por diversos inimigos, o jogador-personagem entra na suposta mansão de Castro (onde é possível ver quadros do revolucionário espalhados por todos os cantos), chegando ao seu quarto (figura 4). Ao arrombar a porta, se depara com o vilão empunhando uma arma e fazendo uma mulher cubana de refém (figura 5). Assim, o jogador atira na cabeça de

Castro e, notadamente, a câmera entra em um efeito de *bullet time*¹¹, acompanhando a bala até a cabeça do líder cubano (figura 6). Em seguida, de maneira totalmente inesperada, a mulher, que até então era refém, pega a arma do chão e atira contra os americanos, forçando o jogador a matá-la também. O diálogo que se segue entre os companheiros é digno de nota, onde Mason diz que “os apoiadores de Castro são fanáticos em sua devoção por ele” (figura 7).

Figura 4 – Mason junto de seu parceiro Woods prestes a entrar no quarto de Castro



Fonte: Imagem de acervo próprio. Na legenda, Woods diz a Mason: “É isso... Pronto para fazer história?” Tradução de autoria própria.

¹¹ Efeito popularizado por grandes produções de *Hollywood* como *Matrix* (WACHOWSKI; WASHOWSKI, 1999), que consiste em uma cena em câmera lenta onde é possível ver a trajetória do projétil de uma arma de fogo.

Figura 5 – Castro fazendo mulher cubana de refém



Fonte: Imagem de acervo próprio.

Figura 6 - *Bullet time* na cabeça de Fidel Castro

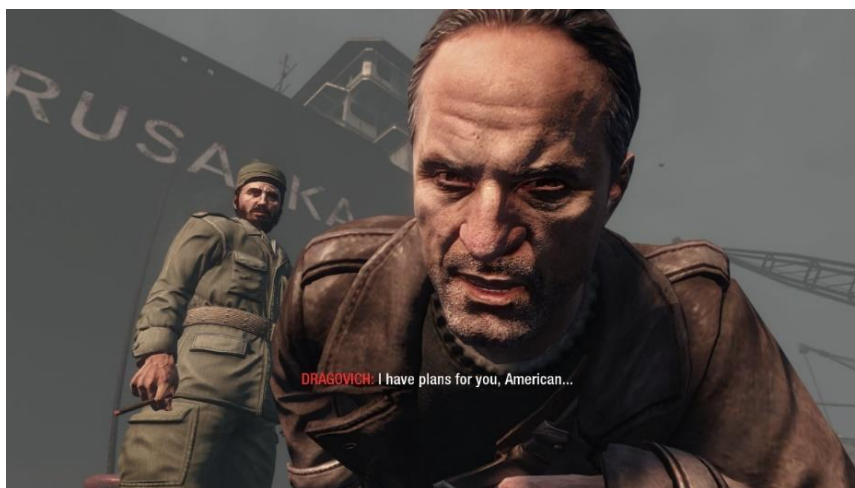


Fonte: Imagem de acervo próprio

Figura 7 – Fidel Castro e mulher cubana mortos

Fonte: Imagem de acervo próprio.

A missão até este momento parecia estar concluída – o único objetivo restante é correr até o aeroporto, roubar um avião e fugir da ilha. No entanto, ao final, o jogador-personagem é capturado pelas forças cubanas e descobre que, na realidade, o que havia matado era um dublê, pois Castro sabia do plano o tempo todo. Neste ponto, o cubano está ao lado de outros dois vilões – Dragovich e Kravchenko, dois militares soviéticos –, e diz a eles que entregaria o americano capturado como um presente à nova relação entre a ilha caribenha e a União Soviética.

Figura 28 – Dragovich olhando de perto para o jogador-personagem

Fonte: Imagem de acervo próprio. Na legenda, Dragovich diz a Mason: “Eu tenho planos para você, americano...” Tradução de autoria própria.

A missão que se segue, assim, se passa no gulag de Vorkuta, onde Mason diz ao interrogador ter ficado por quase um ano. Lá, conheceu outro personagem importante na história do jogo: Viktor Reznov, herói das batalhas de Stalingrado e Berlin, traído por seus líderes (que eram exatamente os dois vilões que acompanham Fidel Castro na missão anterior) ao final da guerra e condenado aos campos de trabalho forçado. Junto de seu amigo russo, então, Mason inicia uma rebelião dos prisioneiros, e ao fim consegue escapar do gulag. Reznov, no entanto, toma outra direção na fuga, e presume-se naquele momento que não teria sobrevivido.

Após isso, o jogador-personagem é convocado ao Pentágono para uma reunião com o presidente Kennedy – e, não obstante, conhece também Robert McNamara, que o guia pelo Pentágono até a sala da reunião. Kennedy diz ao protagonista que ouviu dizer que ele é o melhor homem que os Estados Unidos possuem, e que deve tomar conta da tarefa designada: se infiltrar no território soviético e sabotar o projeto Ascensão – um grupo de especialistas nazistas utilizados pela União Soviética para seus projetos científico-tecnológicos como, por exemplo, o projeto espacial e o gás letal Nova-6.

O jogador, assim, passa as missões seguintes sempre em um campo de batalha diferente, cumprindo seus objetivos em países inimigos dos americanos. Pouparei demais detalhes do enredo aqui; no entanto, é válido apontar que o jogo se desenvolve na ideia de que todos os desenrolares fictícios da história “podem ter acontecido” na realidade – ao se tratar de operações especiais¹², essa seria uma parte da história real que nunca teria sido contada oficialmente e, para todo o efeito, poderia ter acontecido.

¹² *Black Ops* é uma abreviatura de *Black Operations*, que pode ser traduzido para “operações secretas”.

5. Divertir e conquistar: a experiência em jogo

COD: *Black Ops* foi um sucesso absoluto. Uma imensa parcela dos fãs afirma sem meias palavras ser o melhor jogo da franquia e um dos melhores jogos de todos os tempos. Seu alcance foi muito além do público *gamer*: devido à primeira missão, obteve reação imediata do governo cubano. No mesmo dia de seu lançamento, 9 de novembro de 2010, foi publicada uma matéria no portal de notícias Cubadebate que denunciou o jogo como uma “Nova operação contra Cuba: EUA lança videogame cujo objetivo é assassinar Fidel” (CUBADEBATE, 2010). Sem economizar acidez, o site diz que

No que falhou o governo dos Estados Unidos em mais de trinta anos, agora tenta realizar por meio virtual. O jogo eletrônico “Call of Duty: Black Ops”, lançado esta terça-feira em todo o mundo, transporta o jogador ao ambiente da Guerra Fria e planeja operações especiais, a primeira é de assassinar o líder da Revolução cubana Fidel Castro. (CUBADEBATE, 2010)¹³

O assassinato de quem se imagina ser o líder cubano não passa despercebido: ele acontece logo na primeira missão do jogo, cerca de vinte minutos após o início da história. Como ficou evidente nas capturas de tela aqui colocadas, há um foco notável nesta cena: a câmera acompanha a bala até a cabeça do dublê de Castro. Há, ainda, uma música que dá corpo à glória da cena, com uma voz feminina fazendo um coro que remete à música erudita. Não obstante, toda tecnologia empregada nos gráficos do jogo tornou possível a representação fidedigna do rosto do personagem à sua juventude¹⁴.

¹³ Do original: “Lo que no logró el gobierno de los Estados Unidos en más de 50 años, ahora pretende alcanzarlo por vía virtual. El videojuego “Call of Duty: Black Ops”, lanzado este martes en todo el mundo, transporta al jugador al ambiente de la Guerra Fría y planifica operaciones especiales, la primera de ellas asesinar al líder de la Revolución cubana Fidel Castro.” Tradução de autoria própria.

¹⁴ A produtora da franquia COD, *Activision Blizzard*, é uma das maiores empresas do ramo dos games e da indústria cultural como um todo. Assim, o orçamento para o desenvolvimento de COD: *Black Ops* foi o maior já levantado pela empresa até aquele ano, possibilitando o design dos gráficos mais avançados para a época em consequentemente, uma experiência visualmente próxima da realidade.

Pode-se entender a revolta de Cuba como, para todo efeito, justificada – não é segredo que os governos dos Estados Unidos atentaram contra o governo cubano diversas vezes no último século; afinal, o próprio evento retratado pelo jogo, a invasão da Baía dos Porcos, é um fato histórico. No entanto, a ironia é que essa mesma reação foi alvo de extrema chacota por parte dos fãs de COD. A fim de exemplo, em um vídeo de uma análise do jogo publicado em 2019 pelo canal brasileiro do YouTube “FelipeBrasilGame”, o autor-jogador coloca que “uma curiosidade é que Black Ops foi proibido em Cuba, por que será, né? [Risos] Apesar de que o pessoal de Cuba não deve ter dinheiro para comprar Black Ops, né, então não muda muita coisa” (FELIPEBRASILGAME, 2019).

Esse comentário nos revela que o papel do jogo como um Aparelho Ideológico do Estado é bem-sucedido, mas não somente isso. Existe uma crítica contundente à teoria de Althusser que bem cabe aqui: os sujeitos não são meros receptáculos vazios para receber ideologia dos AIE de forma absolutamente passiva. Neste sentido, na formulação de suas críticas à Althusser, Edward P. Thompson nos aponta que

O que descobrimos (em minha opinião) está num termo que falta: “experiência humana”. É esse, exatamente, o termo que Althusser e seus seguidores desejam expulsar [...]. Os homens e mulheres também retornam como sujeitos, dentro deste termo – não como sujeitos autônomos, “indivíduos livres”, mas como pessoas que experimentam suas situações e relações produtivas determinadas como necessidades e interesses e como antagonismos, e em seguida “tratam” essa experiência em sua consciência e sua cultura [...] das mais complexas maneiras (sim, “relativamente autônomas”) e em seguida agem, por sua vez, sobre sua situação determinada (THOMPSON, 1981, p. 182).

Há, portanto, de se levar em consideração a experiência que os sujeitos adquirem na história. Isso indica, então, que os sujeitos não são uma tela em branco onde a ideologia dominante, por meio dos AIE, escreve o que bem entender. Há uma dialética que envolve o objeto ideológico, o sujeito que o recebe e que, somente então, com base na sua experiência, tem sua reação para com o objeto propriamente dito. No caso do exemplo citado, assim, deve ser entendido que o autor do vídeo possui suas concepções de mundo

(portanto, sua ideologia), que dá forma ao seu imaginário de Cuba. Neste sentido, sua risada e comentário quanto à suposta falta de dinheiro do “pessoal de Cuba” para comprar o jogo denuncia aquilo que dá forma ao assassinato de Castro no jogo: o anticomunismo latente de uma ideologia voltada à liberdade individual atrelada ao consumo.

Isso, em termos žižekianos, pode ser entendido como a ideologia em sua forma mais pura: é a reação espontânea do jogador em relação à experiência vivida em jogo. E é precisamente aqui que infiro que a experiência *está em jogo*: muito além do óbvio que isso implica, ou seja, a experiência que se tem no jogo, a experiência histórica do sujeito em si *está em jogo* quando uma empresa bilionária da indústria cultural americana produz um videogame de alcance estratosférico onde sua primeira missão é assassinar o líder da Revolução Cubana.

Retomando a linha de Žižek, pode ser entendido que isso simboliza precisamente que para além da ficção da realidade, existe a realidade da ficção:

Diz a lenda que, em 1633, Galileu Galilei murmurou: *Eppur si muove* [E, no entanto, ela se move], depois de desmentir, diante da Inquisição, a teoria de que a Terra se movia ao redor do Sol. [...] Não há nenhuma evidência contemporânea de que ele tenha dito essas palavras. Hoje, a frase é usada para indicar que, embora alguém que tenha o conhecimento verdadeiro seja forçado a renunciar a ele, isso não o impede de ser verdadeiro. Mas o que torna essa frase tão interessante é o fato de poder ser usada no sentido oposto, para afirmar uma verdade simbólica “mais profunda” de algo que não é literalmente verdade – como a própria frase “*Eppur si muove*”, que pode ser falsa como fato histórico sobre a vida de Galileu, mas é verdadeira como designação de sua posição subjetiva quando foi obrigado a renunciar a suas visões. É nesse sentido que um materialista pode dizer que, embora saiba que não existe um deus, a ideia de um deus, não obstante o “move”. É interessante notar que em “Terna”, um dos episódios da quarta temporada de Arquivo X, “*Eppur si muove*” substitui a usual “A verdade está lá fora”, significando que, embora a existência de monstros alienígenas seja negada pela ciência oficial, eles estão lá fora. Mas também pode significar que, ainda que não haja alienígenas lá fora, a ficção de uma invasão alienígena (como a que está presente em Arquivo X) pode nos envolver e comover: para além da ficção da realidade, existe a realidade da ficção. (ŽIŽEK, 2012, p. 8-9)

Aqui, portanto, a ideia do assassinato de Fidel Castro, a ideia de uma reunião a sós com o presidente Kennedy, a ideia da fuga de um Gulag; todas elas podem ser ficção. No entanto, ainda assim, (co)movem o jogador no mundo real. É necessário, pois, e aqui temos o papel da crítica da ideologia, explorar a dialética entre a ficção da realidade de *Black Ops* – observando os detalhes de como ela é construída para o jogador a experimentar – e a realidade de sua ficção – tomando exemplos materiais do impacto desta experiência nas pessoas reais-concretas.

Outro exemplo prático deste fenômeno se encontra no vídeo do canal do YouTube The Act Man, “*Why Was Call of Duty: Black Ops 1 SO AWESOME?!*” (Porque *Call of Duty: Black Ops 1* foi TÃO INCRÍVEL?!), onde o autor-jogador, em sua resenha sobre os destaques do jogo, afirma que:

Depois que escapa de Vorkuta você voa até o Pentágono, e essa cena toda é fantástica. A música, como eles tem várias coisas acontecendo, ao invés de ser apenas Mason andando pelo Pentágono. [...] Apenas a ideia de andar no Pentágono imediatamente vai conectar americanos na América com a história. E sim, você conhece um dos presidentes mais lendários dos Estados Unidos. E é sobre isso que eu estava falando, você conhece Robert McNamara, depois John F. Kennedy no Pentágono, e esses personagens, essas cenas, têm tanto impacto na audiência porque elas possuem valor histórico real. Elas estão conectadas com coisas que realmente aconteceram. Então quando você joga os jogos COD mais novos e se pergunta por que você não se importa realmente, eu te garanto que parte disso é porque eles não estão conectados à história real, entende o que eu digo? (THE ACT MAN, 2018, Min. 13-16)

15

¹⁵ Do original: “After you escape Vorkuta you’re flown to the Pentagon, and this whole scene is fantastic. The badass music, how they have multiple things going on besides Mason just going to the Pentagon. [...] Just the idea of walking through the Pentagon is immediately going to connect Americans in America to the story. And yeah, you fucking meet one of the most legendary Presidents of the United States. And this is what I’ve been talking about, you meet Robert McNamara, then John F. Kennedy in the Pentagon. And these characters, these scenes have such an impact on the audience because they have real historical value. They’re connected to things that actually happened. So when you play some of the newer COD games and wonder why you don’t really care, I guarantee you part of that is because they ain’t connected to real history, you get what I’m saying?” Tradução de autoria própria.

O interessante deste comentário é justamente o julgamento do autor em relação às cenas com os personagens históricos possuírem valor *histórico real*: infere que inserir personagens reais para interagir com o jogador no mundo do jogo é um ponto chave na imersão que se busca criar – e é precisamente isso que faz com que o jogador (em especial, como no caso, o jogador americano) se sinta conectado de verdade com a história de *Black Ops*.

Retomando rapidamente Adorno e Horkheimer, é importante salientar que a indústria cultural tomou forma a partir da consolidação do capitalismo, sob hegemonia dos Estados Unidos, como a forma última da exploração por meio do principalmente do entretenimento puro. Neste passo, um estudo de Thomas Mirrlees aponta que

Seguindo o fim da Guerra Fria, todos os estados do sistema mundial – centro, semiperiferia e periferia – se tornaram mais integrados e independentes como resultado da globalização do capitalismo, da difusão de tecnologias da informação e comunicação, e a universalização de políticas neoliberais.

[...] No sistema mundial, todos estados são motivados por “interesses nacionais”; corporações, por lucro. Apesar de estados e corporações serem legalmente separadas, seus interesses frequentemente convergem. Estados – não apenas o imperial EUA – facilitam e legitimam os lucros nacionais e transnacionais – interesses das corporações da mídia. Em troca, as corporações da mídia contribuem para as metas culturais e econômicas definidas do Estado. Nem todo ato trans territorial de geração de lucro é intrinsecamente ligado aos “interesses nacionais” do estado. Mas os estados frequentemente facilitam e legitimam os interesses de lucro das corporações da mídia. E as corporações da mídia regularmente representam-se como portadoras dos interesses nacionais. (MIRRLEES, 2013, p. 241-242)¹⁶

¹⁶ Do original: “Following the end of the Cold War, all states in the world system—core, semi-periphery, and periphery—became more integrated and interdependent as result of the globalization of capitalism, the diffusion of information and communication technology, and the universalization of neoliberal policies.

[...] In the world system, all states are motivated by “national interests”; corporations, by profit. Though states and corporations are legally separate, their interests often converge. States—and not just the US imperial state—facilitate and legitimize the national and transnational profit-interests of media corporations. In turn, media corporations contribute to state- defined national, cultural, and economic goals. Not every state media policy is a direct reflection of corporate media interests. Not every trans- territorial act of profit- making is intrinsically tied to the state’s “national interest.” But states frequently do facilitate and legitimize the profitinterests of media corporations. And media corporations regularly do represent themselves as bearers of national interests.” Tradução de autoria própria.

Na esteira do postulado pelo autor, há de se atentar que a *Activision Blizzard* possui acordos com o governo dos Estados Unidos. Uma matéria da BBC News Brasil constata que o criador de *Call of Duty* foi chamado a Washington pois pode ajudar os militares pensarem “fora da caixa” (CALL, 2014). Não obstante, em 2020 foi divulgada a parceria entre o Exército dos EUA e a empresa “para que a força militar do país seja uma das patrocinadoras da principal liga de CoD do mundo até o fim do ano” (CARBONE, 2020).

Há, portanto, uma vasta gama de detalhes que engloba desde as opiniões pessoais de um indivíduo à acordos econômicos e geopolíticos que envolvem a análise de um jogo como *Call of Duty: Black Ops*. O materialismo histórico-dialético nos ensina a estudar a materialidade – ou seja, o mundo real – para compreender a história, a nossa sociedade atual e, não obstante, procurar por caminhos a se seguir. O interessante de se notar aqui é que a materialidade toma justamente sua forma oposta: ela é uma ficção, experienciada através dos controles de um *videogame*, mas ainda assim tem papel no mundo material. É claro, não faço aqui um julgamento moral, no sentido de que os desenvolvedores de COD se unem ao governo dos EUA unicamente com o plano maléfico de dominar o mundo – isso seria cair em um maniqueísmo muito distante do método científico. O que busco atestar aqui é, na realidade, o processo dialético que envolve a criação do jogo; o que, no fim, ele representa e qual seu papel na experiência de quem o joga – ao mesmo tempo que a reação de quem o joga possui papel preponderante nos caminhos dos desenvolvedores para seu objetivo último: como bem apontado por Mirrlees, o lucro.

Para finalizar, podemos chamar a atenção novamente para as reflexões de Slavoj Žižek. O filósofo, em seu documentário *The Pervert Guide to Cinema* (FIENNES; ŽIŽEK, 2006), coloca que

O nosso problema não é se nossos desejos são satisfeitos ou não. O problema é saber o que nós desejamos. Não há nada espontâneo, nada de natural no desejo humano. Nossos desejos são artificiais. Nós temos que ser ensinados a desejar. O cinema é a arte mais perversa: ele não dá o que você deseja – ele te diz como desejar. (FIENNES; ŽIŽEK, 2006. Min. 1)

Aqui, portanto, sugiro uma discordância com Žižek. Neste mesmo sentido, o *videogame* pode ser a arte mais perversa: ele não apenas diz como desejar, mas, no limite do virtual, ele diz como conseguir, permite ser e ter o que deseja: pois ensina os controles para tal, imerge o jogador em seu mundo, o faz sentir-se *de fato* como o personagem, e, por fim, permite concluir seu objetivo; que nada mais é que o desejo do personagem que, em jogo, o jogador assume, em maior ou menor nível, como seu próprio desejo.

Conclusão

O presente capítulo procurou explorar a dinâmica que dá forma ao *Call of Duty: Black Ops* e, não menos importante, a seu papel histórico na sociedade capitalista. À luz principalmente de Žižek, Althusser, Adorno e Horkheimer, foi aqui apontado como a ideologia toma forma no cotidiano dos sujeitos, e, posteriormente com a adição do termo *experiência* de Thompson, buscou-se compreender como essa dialética toma forma de fato no mundo material, utilizando dois exemplos de jogadores de COD: *Black Ops*.

Não obstante, segundo as análises de Hobsbawm e Tota acerca da postura americana na Guerra Fria, foi buscado compreender o papel do jogo analisado como herdeiro da própria política americanista oriunda do mesmo período que retrata. Acredito, assim, ter tornado evidente como a ideologia dos desenvolvedores dão forma ao jogo, e como o jogo, por sua vez, pode ser recebido pelo público.

Contudo, esse capítulo não faz mais do que arranhar a extensa discussão que se pode ter acerca deste jogo e dos *videogames* em geral, e, naturalmente, não esgota a discussão em nenhum nível; pelo contrário, evidencia o campo riquíssimo que ainda há de ser explorado em um objeto tão presente em nosso tempo, mas ainda tão raro à historiografia e à teoria político-filosófica.

Referências

ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. A Indústria Cultural: O esclarecimento como mistificação das massas. In: ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Fragmentos Filosóficos. Trad. Guido Antônio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1985. p. 113-156.

ALL time unit sales of selected games in the Call of Duty franchise worldwide as of October. **Statista**, 2019. Disponível em: <<https://www.statista.com/statistics/321374/global-all-time-unit-sales-call-of-duty-games/#:~:text=The%20most%20successful%20game%20in,was%20first%20released%20in%202010>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

ALTHUSSER, L. Ideologia e Aparelhos Ideológicos de Estado (Notas para uma investigação). In: ŽIŽEK, S. (Org.). **Um Mapa da Ideologia**. Tradução Vera Ribeiro. – Rio de Janeiro: Contraponto, 1996. p. 105-142.

ARSENAL, D. Action. In: WOLF, Mark J. P.; PERRON, Bernard (Org.). **The Routledge Companion to Video Game Studies**. New York, London: Routledge, 2016. p. 223-231.

AUDI, G; OLIVEIRA, F. R. Imersão em jogos narrativos de videogame. **Revista Contracampo**, v. 29, n. 1, abr. 2014. Disponível em: <<https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17518/11144>>. Acesso em: 6 jun. 2021.

CALL of Duty domina década com metade dos 20 mais vendidos dos anos 2010. **Outerspace**, 2020. Disponível em: <<https://www.outerspace.com.br/call-of-duty-domina-decada-com-metade-dos-20-mais-vendidos-dos-anos-2010s/>>. Acesso em: 27 abr. 2021.

CALL of Duty: Black Ops. Treyarch. Activision Blizzard: Santa Mônica, 2010.

CALL of Duty domina lista dos jogos mais vendidos da década. **Olhar Digital**, 2018. Disponível em: <<https://olhardigital.com.br/2020/01/20/noticias/call-of-duty-domina-lista-dos-jogos-mais-vendidos-da-decada/>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

CALL of Duty pode ajudar Exército dos EUA. **BBC News Brasil**, 2014. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2014/11/141104_call_of_duty_la_b>. Acesso em: 2 maio 2021.

C-SPAN: **President H.W. Bush 1989 Inaugural Address**. Trad. autoria própria. 2009. (21m23s). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=4S2ptmXsxzs>>. Acesso em 25 de nov. de 2020.

CURY, M. E. 20 anos após lançamento, PlayStation 2 é o console mais vendido do mundo. **Exame**, 5 mar. 2020. Disponível em: <<https://exame.com/tecnologia/20-anos-apos-lancamento-playstation-2-e-o-console-mais-vendido-do-mundo/>>. Acesso em: 18 nov. 2020.

FELIPEBRASILGAME: **CoD BLACK OPS** - Um Sucesso Além de Modern Warfare! [ANÁLISE]. 2019. (1h31m57s). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=dsu44AwqCYk>>. Acesso em: 2 maio 2021.

FIENNES, S; ŽIŽEK, S. **The Pervert's Guide to Cinema**. Londres: P Guide Ltd., 2006.

FIENNES, S; ŽIŽEK, S. **The Pervert's Guide to Ideology**. Londres: P Guide Ltd., 2012.

FLUSSER, V. Design: Obstáculos para remoção de obstáculos? In: FLUSSER, V. **O Mundo Codificado**. 2007. p. 193-198.

FUCHS, C. Revisiting the Althusser/E.P. Thompson-Controversy: Towards a Marxist theory of communication. **Communication and the Public**, v. 4, n. 1, p. 3-20, 2019.

GTA V é o produto mais lucrativo da história do entretenimento. **UOL**, 2018. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/start/ultimas-noticias/2018/04/09/gta-v-e-o-produto-mais-lucrativo-da-historia-do-entretenimento.htm>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

HARADA, J. Que indústria fatura mais: do cinema, da música ou dos games?. **Superinteressante**, 2020. Disponível em: <<https://super.abril.com.br/mundo-estranho/que-industria-fatura-mais-do-cinema-da-musica-ou-dos-games/>>. Acesso em: 17 abr. 2021.

HOBBSBAWM, Eric J. Guerra Fria. In: HOBBSBAWM, Eric J. **A Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Trad. Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 223-252.

HOBBSBAWM, Eric J.. Os Anos Dourados. In: HOBBSBAWM, Eric J.. **A Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Trad. Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995. p. 253-281.

MIRRLEES, T. Global Media Studies Between Cultural Imperialism and Cultural Globalization. In: MIRRLEES, T. **Global Entertainment Media: Beteen Cultural Imperialism and Cultural Globalization**. New York: Routledge, 2013. p. 241-5.

Nueva operación contra Cuba: EEUU lanza videojuego cuyo objetivo es asesinar a Fidel. **Cubadebate**, 2010. Disponível em: <<http://www.cubadebate.cu/noticias/2010/11/09/nueva-operacion-contracuba-eeuu-lanza-videojuego-cuyo-objetivo-es-asesinar-a-fidel/>>. Acesso em: 1 maio 2021.

SRF Kultur: **Down with ideology? – Talk with Slavoj Žižek | Sternstunde Philosophie | SRF Kultur**. 2019. (55m47s). Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=Zm5tpQp6sT4>>. Acesso em: 25 nov. 2020.

THE Act Man: **Why Was Call of Duty: Black Ops 1 SO AWESOME?!**. (32m52s). 2018. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=sp0MOjQPO2w>>. Acesso em: 2 maio 2021.

THOMPSON, Edward P. O termo ausente: Experiência. In: THOMPSON, Edward P. **A Miséria da Teoria**: Uma crítica ao pensamento de Althusser. Rio de Janeiro: Zahar Editores S.A., 1978. p. 180-201.

TOTA, Antônio P. Vendo Tudo Vermelho: paranoia e anticomunismo. In: TOTA, Antônio P. **Os Americanos**. São Paulo: Contexto, 2013. p. 180-200.

ŽIŽEK, S. Cinismo e Objeto Totalitário. In: ŽIŽEK, S. **Eles Não Sabem o que Fazem**: O sublime objeto da ideologia. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda. p. 59-73.

ŽIŽEK, S. *Eppur Si Muove*. In: ŽIŽEK, S. **Menos Que Nada**: Hegel e a sombra do materialismo dialético. São Paulo: Boitempo Editorial, 2012. p. 5-25.

ÁGUA MOLE EM PEDRA DURA: F(R)ICCIONANDO O IMAGINÁRIO OCEÂNICO

Lucas Lins*

1. (n)a superfície

a metáfora que me utilizo neste princípio textual desta reflexão que aqui proponho (porque ela também vem de outros espaços e outros tempos), puxada de um ditado da sabedoria popular, se mescla com um exercício poético dos (e entre os) verbos *ficcionar* e *friccionar*, o primeiro vindo do que nos traz Jota Mombaça (do também dito por Walidah Imarisha e adrienne maree brown) sobre não podermos “‘(...) construir o que não podemos imaginar’, de modo que tudo o que está construído precisou, antes, ser imaginado” (Mombaça, 2016, p. 5), e o segundo da própria força física do atrito, resistência que existe ao movimento de corpos em contato, corpos estes dos fluxos globais inseridos na narrativa hegemônica da globalização (Ghose, 2018), narrativa esta que se (im)põe como única (Adichie, 2009), tanto em validade quanto em possibilidade de existência no mundo tal qual o conhecemos.

a idéia, aqui, é o atrito como força anticolonial frente às estruturas que, à superfície, estão fundamentadas sobre uma suposta *naturalidade* (ficcionalizada) do estado das coisas, pela lógica linear da História, e pela descorporificação, descentralização, universalização do sujeito-ator (e não objeto) do conhecimento científico, esta linguagem de validação da narrativa. fricção aparece, aqui, como embate à colonialidade (Mignolo, 2017), sobre a qual exercito uma leitura com luz negra (Silva, 2019) das/nas entrelinhas deste texto universal(izante) circundado pelas águas oceanográficas, enxergando o que não está, ali, escrito, mas se encontra implicitamente presente, mesmo que invisibilizado, silenciado, diluído nas águas.

* Graduando em Oceanologia, carneebatatas@hotmail.com.

assim, à superfície do texto-mar, o que está visível? falando da oceanografia, do campo das águas e dos espaços submarinos, o que se enxerga é sua inserção no contexto das *Ciências Exatas e da Terra*, um campo pautado pelo discurso físico-matemático (mesmo aqueles biológico, químico, e geológico), de descrição (*grafia*) do ambiente e seus habitantes (não-humanos) em uma forma de controle dita na concepção da previsão, porém, funcionando, também, na concepção do domínio.

por isso, torna-se difícil não pensar como fundacional, ou ao menos singularizar o evento da expansão marítima européia, inscrita na *História* com o título de *Grandes Navegações*, na qual se dá a chegada de colonizadores no chamado *Novo Mundo*, evento convocado aqui através da ilustração do desembarque dos colonizadores na costa sul-americana em 1500 (figura 1), inserindo-se (ou se fundando), então, este território dentro da cartografia do mundo. esta imagem, composto importante na narrativa do *choque cultural* entre povos europeus, entendidos como *sociedade humana*, e povos originários, na contraposição da *outridade/alteridade*, entendidos como *bárbaros* (principalmente em relação aos costumes e preceitos da doutrina cristã), diferença dita como *autorizadora* da colonização, é um dos primeiros enquadramentos (Butler, 2015) que passam a compor o imaginário coletivo (Espig, 2003; Magalhães, 2016) do que entendo, aqui, como imaginário oceânico, não apenas por fazer parte deste de modo espacial, mas também de modo integrado ao temporal, estando imbricado na contextualização das próprias relações (possíveis, nesta compreensão de mundo) com este entrelugar.

Figura 1 - Desembarque de Pedro Álvares Cabral em Porto Seguro em 1500, óleo sobre tela, Oscar Pereira da Silva, 1900



Fonte: <http://lusophia.wordpress.com/2016/10/04/pedro-alvares-cabral-o-homem-e-a-obra-na-demanda-do-grande-ocidente-por-vitor-manuel-adriao>.

os oceanos, entendidos como *aqua nullius* (DeLoughrey, 2010), aparecem apenas como este caminho, espaço de travessia, ambiente, substrato mesmo das rotas do empreendimento do projeto da modernidade (Mignolo, 2017) tornado possível. objeto desprovido de história (a não ser aquela entendida dentro da compreensão linear da apreensão e compreensão do mundo exterior da *natureza*), nessa narrativa, não existe imbricação nem implicação das águas com as embarcações, com os navegadores, com os e as escravizadas. nessa narrativa, impera a relação de soberania sobre o objeto, a narrativa extrativista sobre a *natureza*. invisíveis (ou mais profundos), os pilares ontoepistemológicos (Silva, 2019) desta verdadeira violenta gramática da colonialidade (pois que torna impossível, no embate de poder, outras ficcionalizações), sustentam o que é tanto performance quanto a própria performatividade (Butler, 2013), que instaura, reencena e cristaliza, (re)produz e faz (re)produzir o discurso que se coloca como neutro, próprio das estruturas hierárquicas coloniais (e que são, portanto, racistas,

classistas, cisheterogenerificadas, antro e andropocentradas). nessa narrativa, só há (no espectro do visível) a superfície.

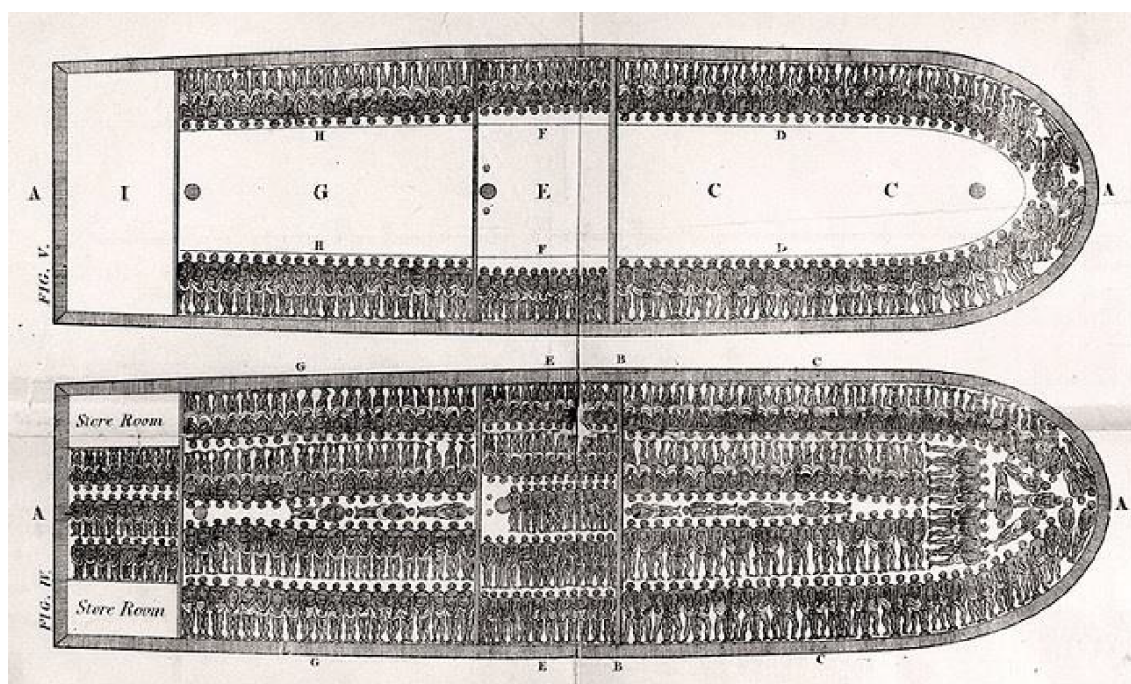
2. (n)a travessia

porém, cabe aqui repetir a pergunta-provocação feita por Donna Haraway: “[c]om o sangue de quem foram feitos os meus olhos?” (Haraway, 1995, p. 26). na leitura dessas imagens enquadradas do imaginário oceânico, cabe não apenas questionar sobre o enquadramento mesmo, mas também – e principalmente –, sobre como aprendemos a olhar. como, por que, às custas de que e de quem olhamos assim, e tornou-se possível olhar assim? resta em xeque, aqui, o ponto de vista do autoproclamado do sujeito universal, *recorporificado, recentralizado, desuniversalizado*, portanto. mas o que Donna Haraway nos coloca não é apenas a localização deste saber produzido; a identificação de seu sujeito dentro das mesmas categorias/categorizações produtoras de identidade do que é externo, pela *ex-ótica*, mas também, e principalmente, quais as implicações e quais as imbricações desta forma de ver, do próprio ato que não é apenas físico, mas, impregnado pela colonialidade, lê o mundo com a lanterna-gramática iluminista cartesiana.

nas entrelinhas, nas vagas deixadas pela embarcação sobre as águas oceânicas em sua travessia (Sharpe, 2016), existem, resistem, persistem outras formas de ver; outras implicações, outras marcas no mundo que ressoam sobre a superfície oceânica e que incidem sobre os corpos lançados ao mar – assim como sobre aqueles que permaneceram dentro. na segunda ilustração que trago (figura 2), a planta-baixa de um dos muitos navios projetados para comportar a maior quantidade possível das vidas que eram, então, vistas e entendidas como carga (Carvalho, 2020), marca o que está implícito nas entrelinhas do texto-discurso das embarcações. o trajeto dessas embarcações deixou (e deixa) uma marca sobre a superfície oceânica, e a relação de atrito, implicada a nível do átomo, pode nos fornecer um vislumbre do que não entra na linha do tempo construída na narrativa oficial. se não é

possível dizer que esquecemos o evento da escravização, nunca, de fato, seguimos adiante. mas não falo aqui de esquecer o passado; muito pelo contrário: nunca tratamos de curar estas feridas, seus ecos. entendido como erro, histórico e/ou científico, seu registro, apagado, silenciado, na narrativa hegemônica, o que deve ser esquecido ao prejudicar a narrativa lógico-linear do progresso (Silva, 2019). no máximo, reencenação (Hartman, 2020; nascimento, 2020) da *m/água* (Luna & nascimento, 2017) (como própria performatividade (re)assertiva da história dos vencedores), com o botão mudo ativado.

Figura 2 - planta esquemática do navio Brooks, 1788



Fonte: <http://br.pinterest.com/pin/725290714975483803>.

como apontado por Christina Sharpe (2016), contendo sódio, elemento com tempo de residência de 260 milhões de anos na ciclagem marinha, o sangue daquelas existências escravizadas, derramado ao mar, está imbricado, em uma outra esfera temporal (a geológica, talvez), na permanência, a nível elementar mesmo, com as águas estudadas hoje pela

ciência oceanográfica. esse vínculo, então ocluído, afogado, permanece, assim, reverberando na oscilação das ondas deixadas pela travessia.

3. (n)o mergulho

essas ondas, cavas e cristas, ondulam a superfície, mas, até determinado nível, também se propagam verticalmente, isto é, para baixo. o que quero dizer é: no mergulho, ultrapassagem da interface entre oceano e atmosfera, quais as reverberações da rota das embarcações? ainda conseqüencial, essa compreensão está preocupada em expor o que está fundando, fundamentando mesmo a continuidade linear e progressiva desta narrativa oceanográfica hegemônica. a compartimentalização do conhecimento oceanográfico nos quatro pilares clássicos (da oceanografia biológica, química, geológica e física), sua pretensa multidisciplinariedade, seu desenvolvimento ligado às tecnologias militarizadas de guerra, sua dependência político-econômica dos Estados detentores das tecnologias de ponta, da narrativa do desenvolvimento¹... são as peças que compõem e estruturam esse imaginário coletivo esvaziado de outras possibilidades. como pilares sólidos, não há espaço para (ou necessidade de) outros pilares (como o da insurgente oceanografia socioambiental, por exemplo), de modo similar ao que ocorre nas ditas *Ciências Humanas*, onde as referências aceitas são sempre um pequeno grupo de homens europeus (Grosfoguel, 2016), detentores de conceitos e discursos que autorizam as leituras possíveis do mundo tal qual o conhecemos.

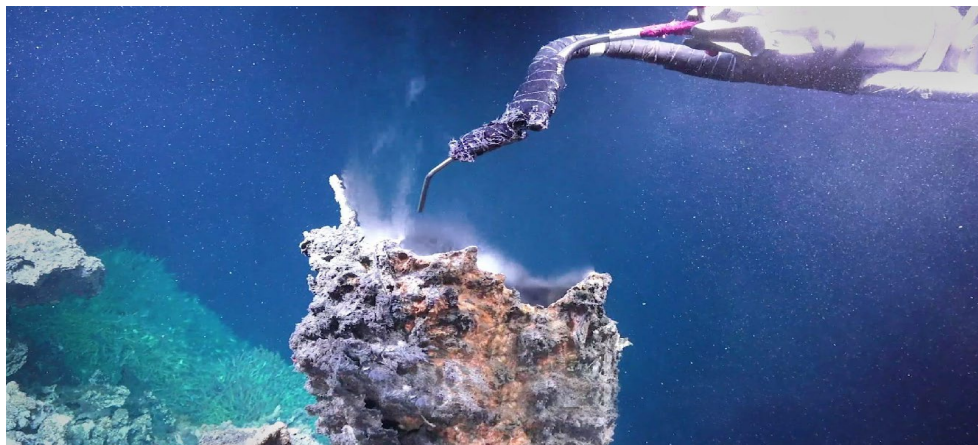
a narrativa do sujeito universal não abre espaço para fricções, para discursos que possam vir a fraturar suas bases. como nos coloca Grada Kilomba (2009), existe o centro e existem as margens do que é autorizado

¹ ou do des-envolvimento, como nos é colocado por Carlos Walter Porto-Gonçalves (2014, p. 39), uma vez que “[d]es-envolver é tirar o envolvimento (a autonomia) que cada cultura e cada povo mantém com seu espaço, com seu território; é subverter o modo como cada povo mantém suas próprias relações [...] entre si e [...] com a natureza”.

enquanto conhecimento científico, e que determinam e autorizam quem pode falar, nessas “relações raciais de poder que ditam o que deve ser considerado verdadeiro e em quem acreditar” (Kilomba, 2009, p. 53-54). e, então, como acreditar no que não conseguimos ver? como acreditar no que carece de validação dentro da própria estrutura colocada/construída pelas estruturas de poder? e mais: como quebrar com a flecha do tempo (Silva, 2018; 2019) que impõe a linearidade de uma história evolutiva em que o destino é determinado por um sujeito que, sabemos, é específico, e não universal?

para Denise Ferreira da Silva (2018), as leituras conseqüenciais do que acontece no tempo presente (isto é, ler as cenas do presente a partir do que aconteceu no passado, em uma busca de similaridades que possam fornecer pistas das fundações temporais na justificação das cenas atuais) são insuficientes para entender a implicação a nível quântico entre “o que aconteceu e o que ainda está para acontecer” (Silva, 2018, p. 409). buscar a simetria entre o desembarque das caravelas (figura 1) e o mergulho de um veículo remotamente operado (ROV, em inglês) em águas abissais (figura 3), então, deve fugir à lógica causal, pois é insuficiente a composição feita no confronto entre o desembarque de colonizadores em 1500 no chamado *Novo Mundo* e a investigação científico-extrativista de fontes hidrotermais em regiões abissais no tempo presente. dentro da lógica linear temporal, as cenas podem ser lidas em sua simetria (mesma narrativa de chegada a ambiente antes – entendido como período prévio aos *louros tecnológicos* da industrialização – inacessível, com propósitos extrativistas), porém, sem expor o elemento que as une, isto é, de que modo elas fazem parte da mesma “arquitetura jurídico-econômica colonial” (Silva, 2018, p. 411).

Figura 3 - veículo remotamente operado (ROV) em mergulho de investigação em uma fonte hidrotermal, Schmidt Ocean Institute, 2018.



Fonte: <http://schmidtocean.org/technology/live-from-rv-falkor/interdisciplinary-investigation-of-new-hydrothermal-vent-field>.

mais do que como repetição, ou como reencenação, enxergar o que, nas entrelinhas, no invisível (ou invisibilizado), liga ambas as cenas é o que Denise Ferreira da Silva nos propõe com tal leitura composicional ou fractal das mesmas, de modo que possam ser entendidas em seu imbricamento a nível quântico, fractal, isto é, uma contida na outra, como repetição de si próprias, como várias facetas (cenas), uma inserida na outra inserida na outra... do mesmo objeto-evento arquitetural.

4. como respirar debaixo d'água?

através dessa leitura poética negra feminista, onde se localizam epistemologicamente as estratégias da leitura fractal e da luz negra (Silva, 2018; 2019), e enxergando aquilo que está não-iluminado pela abordagem e compreensão iluminista – ou seja, aquilo que, ao contrário de não estar presente, está invisível na zona eufótica (epipelágica), e, abaixo, nas zonas

disfótica (mesopelágica) e afótica (batipelágica, abissopelágica, adopelágica) –, torna-se possível enxergar um fragmento, um feixe da implicabilidade existente entre os elementos citados (assim como entre tantos outros) do imaginário oceânico; entre as memórias, mais que subterrâneas (Pollock, 1989), *submersas*; entre a compartimentalização do conhecimento científico e a resistência frente a compreensões e discursos pautados pelo vínculo intrínseco do socioambiental.

nesse sentido, vejo e coloco também como relevante, aqui, uma aproximação feita entre o *queer* e o decolonial, estratégias de respiração debaixo dessas águas tal qual a poética negra feminista, pois, mesmo que entrem em uma (suposta) incompatibilidade conflituosa (pois, como pensar em decolonizar uma teoria com um termo em inglês inscrito na intraduzibilidade, proveniente de uma língua/linguagem hegemônica, uma teoria vinda do norte geopolítico?), também se aproximam em estratégias e concepções por um encontro potente em oposição às epistemologias que dominam a produção científica (Pereira, 2015). como “campos abertos que se definem exatamente na medida em que se afeccionam e são afetados pelos Outros” (Pereira, 2015, p. 417), em constante (re)(de)composição (Silva, 2018), (re)(des)construção, (re)(des)corporificação, também ao nível e na implicação quântica, seu encontro entre si (como fortalecimento mútuo)², assim como com os *campos do mar aberto* me parecem, na fuga, estratégias possíveis, seja pela desestabilização e rasura dos pilares do cânone (njanu, 2020), seja pela abertura, no campo do possível, de outras vozes, outros horizontes, outras formas de existência, outras identidades – ou a própria

² como nos diz Pedro Paulo Gomes Pereira (2015, p. 427-428), “[...] o pensamento decolonial faria o *queer* mais atento à existência de uma matriz do poder que naturaliza hierarquias raciais e de gênero, que possibilita a reprodução de dominação territoriais e epistêmica e que oblitera conhecimentos, experiências e formas de vida; mais vigilante quanto a uma estrutura que constrói e naturaliza uma hierarquia de pensamento; mais precavido com as íntimas relações entre o epistêmico e o colonial. A teoria *queer*, por seu (sic) vez, mostraria como a história vem sendo escrita por lentes hétero; que há muito além da divisão entre masculino e feminino, homem e mulher, apresentando outras (re)invenções e possibilidades de sexualidade não heteronormativas; que a lógica da colonialidade é masculina, hétero e branca. Mas, tudo isso em leituras simultâneas e correlacionadas de tal forma que o *queer* e o decolonial formem um único movimento teórico, expandindo a capacidade de compreensão e percepção”.

desidentificação. pois o *queer*, como uma desestabilização da rigidez imposta à identidade, providencia, assim como a decolonialidade e sua desconstrução e enfrentamento crítico à universalização ou universalidade da narrativa hegemônica, uma perspectiva aberta a uma pluralidade mais crítica que, tal como as águas, tem condição mais fluida, mesmo que a partir destas (e também do feminismo) também esteja mais localizada geopolítica e epistemologicamente ao nível do conhecimento/saber produzido pelo sujeito (Haraway, 1995).

assim, como imagem poética e estratégia de imaginação (no sentido de criar e fomentar imagens no exercício da ficcionalização como potência e caminhada na construção da (de uma outra) realidade (Mombaça, 2016), e também na caminhada da transformação do silêncio em linguagem, e então em ação (Lorde, 2019)), pensar o naufrágio (figura 4) tanto como projeto de ficcionalização poética-política de uma estratégia anticolonial de fricção à narrativa hegemônica da/na Oceanografia (e das/nas *Ciências Naturais*, de modo generalizado), quanto como substrato no processo de florescimento biológico³ em ambientes de condições desfavoráveis a(o que conhecemos/definimos como) vida, em formas que talvez não tenham o mesmo apelo visual aos quais nos acostumamos a enxergar nesta associação oceânica, mas que, de mesmo modo, são florescimento biológico, aplicação e proliferação de estratégias de (sobre)vivência, em um povoamento não destrutivo ou colonizador, mas plural de ambientes coabitados, tornados coabitáveis (não apenas biologicamente, mas especialmente na interação biótica e abiótica, animal e mineral (para circunscrever-se na contraposição binária aplicada hegemonicamente no conhecimento científico, denotando a sua limitação)).

este naufrágio, nau frágil, *now* frágil (Luna & nascimento, 2017), como projeto e como imagem, é uma outra forma, uma outra localização no

³ já que funcionando de modo similar a ambientes recifais, conhecidos berçários oceânicos, os naufrágios fornecem substrato não só para formais animais que, aí, encontram estruturas às quais podem se fixar, mas também proporcionam abrigo a peixes e outras formas animais sésseis e livre-natantes da fauna e flora marinha.

empreendimento de ver (do conhecimento), uma perspectiva submarina, aquática, que não enxerga e nem se pretende a enxergar o todo iluminado e transparente, mas que habita e convive (n)as áreas da penumbra, da opacidade (Glissant, 2008), da luz difusa. e que, permanecendo com o problema (Torres & Haraway, 2020), possa, enfim, não só “imaginar perguntas que não poderia ter sido imaginadas antes; (...) que talvez não fossem feitas antes” (Kilomba, 2019, p. 68 apud Mirza, 1997, p. 4), mas que, a partir da “descolonização de nossas mentes e imaginações” (Kilomba, 2019, p. 69 apud hooks, 1994, p. 7) como um “aprender a pensar e ver tudo com ‘novos olhos’, a fim de entrar na luta como *sujeitos* e não como *objetos*” (Kilomba, 2019, p. 69), possa desorbitar o paradigma da dor (nascimento, 2019) e engatar em um “processo de inventar de novo” (Kilomba, 2019, p. 69).

Figura 4 - naufrágio do navio C-55 Mine Sweeper em Isla Mujeres, México.



Fonte: <http://mexicodivers.com/wreck-diving-in-isla-mujeres>.

5. o que há no fundo (para (não) ver)?

assim, longe de aplicar uma estratégia similar à da transparência imposta ao que existe, então, na coluna d'água e no fundo oceânico, ou nas memórias subterrâneas (Pollack, 1989) torcidas aqui como memórias *submarinas*, penso em uma possibilidade e potencialidade tentacular, menos limitada ao número de tentáculos e braços, à simetria radial ou à configuração morfofuncional, e mais inspirada no emaranhamento de (e com) “uma miríade de temporalidades e espacialidades e uma miríade de entidades em arranjos intra-ativos, incluindo mais-que-humanos, outros-que-não-humanos, desumanos e humanos-como-húmus”, como nos coloca Donna Haraway (2016, p. 140). buscando inspiração no *chthuluceno* (Haraway, 2016; Chiodi, 2017), a idéia poético-política aqui é uma vinculação ao um “conjunto de práticas pensantes (...) que não abrem mão das [respons(h)abilidades]. [r]elacionar é se responsabilizar, e, nesse caso, significa também reconhecer que a destruição que o Antropoceno aponta é muito real e evoca responsabilidades” (Chiodi, 2017). sem evocar aqui as problemáticas do emprego do Antropoceno, a figura do *Chthulu*, evocada na perspectiva de Donna Haraway, aparece insurgentemente dos mares, carregando consigo em seus tentáculos menos totens e mais símbolos a representar outros olhos, outros saberes, outras possibilidades ontoepistemológicas que permanecem no mundo, mesmo que submergidas, silenciadas, invisibilizadas (figura 5). essa outra narrativa é uma narrativa põe em xeque a unicidade da narrativa hegemônica, fricciona o movimento das naus, cria ondas, com suas cristas e vales, e ilustram (tanto poética quanto politicamente) como, abaixo da superfície do visível, do transparente, do hegemônico, outras formas de existência não só permanecem a existir, mas coabitam (mesmo que em conflito, subalternização, exploração e sub-existência) este mundo tal o qual conhecemos.

no exercício anticolonial do naufrágio, mais do que ver, seja sentir e coabitar de maneira implicada (Silva, 2019) (em respons(h)abilidade) (Haraway, 2016; Chiodi, 2017) uma existência que não se fixe em enquadramentos (Butler, 2015), emolduramentos de frações de água para

compreender um todo, como peças, mas entender a implicação dos fluxos, e a própria fluidez que existe entre a água, os corpos que nela habitam, os corpos que por ela passam, os corpos que a margeiam. imaginar esses corpos e essas águas, múltiplas e plurais em suas possibilidades e potencialidades de existência, é não engendrar em cristal (cristalizar) o mundo, mas ver através de caleidoscópio todos os tons do espectro da luz visível (assim como sentir os da luz negra, do infravermelho, dos outros níveis de radiação) e saber-se em atravessamento. o perigo da história única (Adichie, 2009) sobre essas águas é, ao ocluir cenas que são parte compositora, tentar manipular o que não é manipulável.

Figura 5 - *[em surgente]*, acrílica agüada sobre papel, 2020.



Fonte: autore.

se, como nos diz Christina Sharpe (2016), a embarcação deixa uma marca no oceano (talvez, uma *ferida colonial* (Pereira, 2015 apud Maldonado-Torres, 2007)), que ecoa – pois, como onda, implica-se também como som –, deixam uma marca que conta uma narrativa. e o que importa,

como nos diz Donna Haraway, "é que narrativas contam narrativas, e que conceitos pensam conceitos. [m]atematicamente, visualmente e narrativamente, é importante pensar que figuras figuram figuras, que sistemas sistematizam sistemas" (Haraway, 2016), e, assim, entender que existe uma teia imbricada na elaboração narrativa do mundo tal qual o conhecemos, ou tal qual nos é/foi/será permitido o conhecer.

Referências

ADICHIE, C. N. **O perigo de uma história única**. Trad. Juliana Romeu. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão de identidade. 6. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

BUTLER, J. **Quadros de guerra**: quando a vida é passível de luto? Trad. Sérgio Lamarão; Arnaldo Marques da Cunha. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015.

CARVALHO, B. L. P. de. A ilustração que inflamou o movimento abolicionista britânico. **Café História** – História feita com cliques, 17 fev. 2020. Disponível em: www.cafehistoria.com.br/a-ilustracao-que-inflamou-os-abolicionistas-britanicos. Acesso em: 30 set. 2020.

CHIODI, V. Fazendo nós: fazer-com no Antropoceno. **ClimaCom**, Campinas, ano 4, n. 9., ago. 2017. Disponível em: www.climacom.mudancasclimaticas.net.br/?p=7288. Acesso em: 1 ago. 2021.

DELOUGHREY, E. Heavy waters: waste and Atlantic Modernity. **Publications of the Modern Language Association of America**, v. 125, n. 3, p. 703-712, maio 2010.

ESPIG, M. J. O conceito de imaginário: reflexões acerca de sua utilização pela História. **Revista Textura**, n. 9, Canoas, p. 49-56, nov. 2003.

GHOSE, T. "Fricção (atrito)", por Anna Tsing. Trad. Letícia Cesarino. **Blog do Laboratório de Estudos de Teoria e Mudança Social**, 2018. Disponível em: www.blogdolabemus.com/2018/11/12/verbete-friccao-atrito-por-anna-ting. Acesso em: 19 abril 2021.

GLISSANT, É. Pela opacidade. Trad. Henrique de Toledo Groke; Keila Prado Costa. **Revista Criação & Crítica**, n. 1, p. 53-55, 2008.

GROSFOGUEL, R. A estrutura do conhecimento nas universidades ocidentalizadas: racismo/sexismo epistêmico e os quatro genocídios/epistemicídios do longo século XVI. **Revista Sociedade e Estado**, v. 31, n. 1, p. 25-49, jan./abr. 2016.

HARAWAY, D. Saberes localizados: a questão da ciência para o feminismo e o privilégio da perspectiva parcial. **Cadernos Pagu**, Campinas, n. 5, p. 7-41, 1995.

HARAWAY, D. Antropoceno, Capitaloceno, Plantationoceno, Chthuluceno: fazendo parentes. **Revista ClimaCom Cultura Científica**: pesquisa, jornalismo e arte, ano 3, n. 5, p. 139-146, abril 2016.

HARTMAN, S. Vênus em dois atos. **Revista ECO-Pós**, v. 23, n. 3, p. 12-33, 2020.

KILOMBA, G. **Memórias da Plantação** – Episódios de racismo cotidiano. Trad. Jess Oliveira. Rio de Janeiro: Cobogó, 2019.

LUNA, L. Nascimento, t. Iodo + Now Frágil (4'50). In: **Um Corpo no Mundo**. São Paulo: YB Music, 2017.

LORDE, A. A transformação do silêncio em linguagem e em ação. In: **Irmã Outsider**: ensaios e conferências. Trad. Stephanie Borges. Belo Horizonte: Autêntica, 2019.

MAGALHÃES, W. L. O imaginário social como um campo de disputas: um diálogo entre Backzo e Bourdieu. **Albuquerque** – Revista de História, v. 8, n. 16, p. 92-110, jul./dez. 2016.

MIGNOLO, W. D. Colonialidade: O lado mais escuro da modernidade. Trad. Marco Oliveira. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 32, n. 94, jun. 2017.

MOMBAÇA, J. **Rumo a uma redistribuição desobediente de gênero e anticolonial da violência**. Oficina de Imaginação Política, 2016.

NASCIMENTO, T. **Cuírlombismo literário**: poesia negra LGBTQI desorbitando o paradigma da dor, n. 1, série Pandemia, out. 2019.

NASCIMENTO, t. Racismo visual, sadismo racial: quando (?) nossas mortes importam. **Abebe** – Caixa Pretas, n. 1, São Paulo, 2020.

NJANU, M. Antipoema. In: **Na boca do dragão da américa latina**. Fortaleza, 2020.

PEREIRA, P. P. G. Queer decolonial: quando as teorias viajam. **Revista Contemporânea**, v. 5, n. 2, p. 411-437, jul./dez. 2015.

POLLOCK, M. Memória, esquecimento, silêncio. **Revista Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 2, n. 3, p. 3-15, 1989.

PORTO-GONÇALVES, C. W. **O desafio ambiental**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

SHARPE, C. **In the wake**: on blackness and being. Durham: Duke University, 2016.

SILVA, D. F. da. **A dívida impagável**. Oficina de Imaginação Política e Living Commons, 2019.

SILVA, D. F. da. O evento racial ou aquilo que acontece sem o tempo. Trad. Alexandre Barbosa de Souza. In: PEDROSA, A. et al. **Histórias Afro-atlânticas**, São Paulo: MASP, 2018. v. 2.

TORRES, H; Haraway, D. **Ficar com o problema de Donna Haraway**. Trad. Ana Luíza Braga; Caroline Beetemps; Cristina Ribas; Damián Cabrera; Guilherme Altmayer. Entrevista, série Pandemia Crítica, n. 1, 2020.

TÉCNICAS DE NEUROCIÊNCIA APLICADAS EM PESQUISAS PUBLICITÁRIAS: ASSOCIAÇÕES ENTRE CORES, COSMÉTICO E PERSONIFICAÇÃO MITOLÓGICA

Marcia Cristina Varella Ehrenfried*
Letícia Salem Herrmann Lima**

1. Introdução

Quando entendemos o funcionamento do nosso cérebro através da neurociência, a proposta de uma ação mercadológica fica mais concisa e adequada. É difícil falar de neuromarketing sem agregar diferentes áreas do conhecimento, pois o campo de estudo incorpora estudos da comunicação, do design, da neurociência, do marketing, dentre outros, sendo indispensável um estudo interdisciplinar para se obter resultados satisfatórios no entendimento do funcionamento da tomada de decisão frente a aquisição ou não de um produto. O querer, poder e comprar estão intimamente ligados com questões do funcionamento do cérebro humano. Por este motivo, é preciso revisitar alguns conceitos básicos da neurociência para que haja o entendimento da presente pesquisa.

As divisões cerebrais são responsáveis por ações corpóreas, como planejamento de ações e movimento, pensamento abstrato, somatossensorial, percepção de sensações como tato, dor e calor, analisa, interpreta e integra as informações recebidas, processa dados visuais e estímulos auditivos.

Quando uma campanha publicitária se alia a neurociência está sendo construído um novo viés de comunicação, a neurocomunicação ou neuromarketing, que é representado pela união entre neurociência, com viés biológico, e o marketing, que tem como objetivo entender o que faz um consumidor preferir uma marca, comprar ou não um produto e até mesmo se tornar um cliente fiel.

* Aluna do curso de Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná.

** Professora do curso de Comunicação Institucional da Universidade Federal do Paraná e Coordenadora do SinapSense UFPR – Laboratório de Inovação em Neurociência do Consumo. O presente capítulo é uma produção do SinapSense UFPR.

Numa primeira abordagem, a presente discussão aborda a economia afetiva e como ela gerou movimentação no estudo das marcas, surgindo novas estratégias de *branding*, que as colocam no centro do processo. Com a propagação da mídia novas plataformas foram sendo popularizadas, o que tornou o compartilhamento uma prática comum, despertando a economia da atração.

Na sequência, a pesquisa traz perfis de consumidores pressupondo que o ser humano é construído a partir de suas memórias e considerando o fato de que “estar” pode não representar uma presença física, mas aquilo que se projeta. Nesse sentido, a construção do pensamento deste tópico foi baseada na teoria dos arquétipos de Jung e em sua adaptação pela área da publicidade, sendo aplicada para análises arquetípicas e construção de personas da marca. Correlacionando as teorias arquetípicas, trazemos, ainda, uma correlação com as Deusas Gregas, figuras mitológicas consagradas pela sua representatividade e personificação dos arquétipos femininos em suas diferentes esferas.

Como proposta do estudo foi realizada pesquisa empírica, com questionário quantitativo baseado em princípios de associação implícita, correlacionando cores de batons com as características atribuídas mitologicamente às principais deusas gregas. Foi observado, em diversas faixas etárias, suas percepções quanto a cor, estação do ano, sentimento associado a cor, associação da cor com uma celebridade (deusa moderna), correlacionando com as deusas gregas.

2. Os “As” da Publicidade: da atenção para a atração

Pensar em estratégias publicitárias na atualidade requer uma ampliação de horizontes extrapolando o campo aplicado da comunicação tradicional. Resgatando princípios fundamentais da área, a publicidade engloba técnicas de pesquisa, planejamento, escrita, imagem, produção e midiatização de mensagens, com o intuito de promover marcas, produtos e serviços.

Na esfera publicitária, estuda-se o indivíduo e busca-se relacionar seu comportamento com a possibilidade de interesse de consumo, visando a escolha do público-alvo da comunicação. Tornar a marca visível, considerando o excesso informacional diário, é um dos principais desafios da publicidade, pois uma marca compete diariamente com centenas de outras, na tentativa de ser vista e lembrada pelos consumidores. A publicidade, por sua vez, tem o papel de ajudar as marcas na construção de suas vestimentas promocionais, considerando qualidades do produto, preços, competitividades e fragilidades, representando o cosmético da comunicação (LIPOVETSKY, 1989, p. 252) por moldar um formato atrativo neste processo.

Técnicas tradicionais de publicidade orientam um modelo estratégico de pensamento moldados a partir da AIDA na construção do caminho do processo cognitivo. O modelo AIDA foi propagado no século 18, pelo americano Elmo Lewis, considerado um dos pioneiros da publicidade, e vem sendo utilizado ao longo dos anos. A proposta de Lewis consiste em 4 passos básicos na construção do processo comunicacional: Atenção, Interesse, Desejo e Ação.

Com base no raciocínio da pulverização midiática, evidencia-se que utilizar cegamente o modelo AIDA nos dias de hoje pode representar um risco para as marcas, no que se refere à competitividade informacional. Embora a lógica do modelo ainda possa ser aplicada, existem variações neste processo, principalmente se considerarmos a influência direta das mídias sociais no sistema de consumo, o que leva a uma nova abordagem publicitária fundada nos princípios da economia afetiva.

A economia afetiva refere-se a uma nova configuração da teoria de marketing, ainda incipiente, mas que vem ganhando terreno dentro da indústria das mídias, que procura entender os fundamentos emocionais da tomada de decisão do consumidor como uma força motriz por trás das decisões de audiência e de compra “. (JENKINS, 2009, p. 97)

Numa primeira abordagem a economia afetiva gerou movimentação no estudo das marcas, surgindo novas estratégias de *branding*, que as colocavam no centro do processo, mas sob uma atmosfera informacional, apoiada em narrativas simbólicas, construída por valores, com o intuito de promover a atenção dos consumidores nos processos de consumo, denominada como economia da atenção.

Embora a economia da atenção tenha dado força para o discurso publicitário das marcas, precisou dar um passo à frente, quando envolve declaradamente o sentimento no processo de consumo, principalmente com a ativação e presença evidente dos consumidores na construção e divulgação midiática, que até então estava mais centralizada nos grandes veículos de comunicação. A propagação de mídia “incide sobre as lógicas sociais e práticas culturais que permitem e popularizam as novas plataformas, lógicas que explicam por que o compartilhamento se tornou uma prática comum, não momentânea” (JENKINS; FORD; GREEN, 2013, p. 03). Este processo despertou a chamada economia da atração, mencionada na obra “*Lovemarks*” (ROBERTS, 2005), que promove a inclusão do “amor” como premissa na construção de relacionamento entre marcas e consumidores (figura 1).

Figura 1 - Economia da Atenção x Economia da Atração

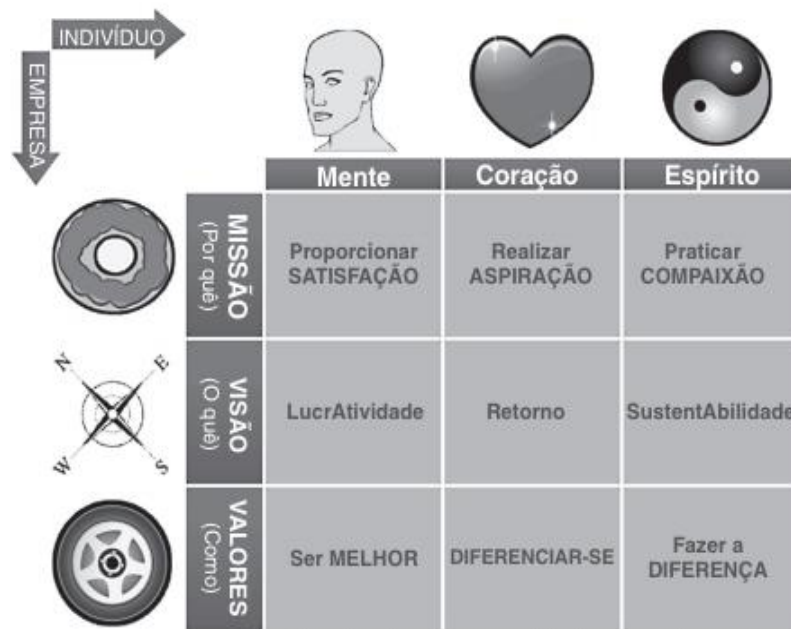


ATTENTION ECONOMY	ATTRACTION ECONOMY
Interruption	Engagement
Directors	Connectors
One-to-many	Many-to-one
Reactive	Interactive
Return On Investment	Return On Involvement
Heavy users	Inspirational Consumers
Big promises	Intimate gestures
What you need	What I want

Fonte: <https://carlamalan.blogspot.com> com base em ROBERTS (2005, p. 70).

Com ideia similar, Kotler, Kartaja e Setiawan (2010), avançam o olhar sob a economia afetiva e incitam as marcas a trabalharem com uma matriz baseada em valores, incorporando a mente, o coração e o espírito (figura 2).

Figura 2 - Modelo de matriz baseada em valores



Fonte: Kotler, Kartaja e Setiawan (2010, p. 47)

Nesse sentido, há uma compreensão de que o ser humano, em sua completude não pode ser descolado de seu corpo físico, o caminho da compreensão da mente para o estudo do cérebro é inevitável, na tentativa de investigar aspectos da natureza humana envolvidos neste processo de consumo, que muitas vezes não participam das decisões racionais, mas ancoram-se em procedimentos pré-ativos ou organizados inconscientemente e intuitivamente no ser humano. A neurociência do consumo vem contribuir neste sentido, visando amarrar as arestas comportamentais dando outras opções de pesquisa para o profissional de comunicação na construção de suas estratégias.

3. Neurociência do Consumo aplicada na Comunicação

A Neurociência é o campo científico que se dedica ao estudo do sistema nervoso. Esse aparelho é formado pelo cérebro, medula espinhal e nervos periféricos, objetos de pesquisa dos neurocientistas. Esta área do conhecimento compreende uma vasta abordagem multidisciplinar relacionando-se com diversas áreas e aplicações como a Física, Psicologia, Química, Linguística, Comunicação, Marketing, Medicina entre outras.

Um dos principais aprendizados dos estudos neurológicos é de que a mente humana processa a maior parte dos estímulos no nível subconsciente, ou seja: vinte e quatro horas por dia, todos os dias, às funções desempenhadas pelo processador cerebral estão abaixo do limiar de nossa percepção consciente e metaforicamente pode-se dizer que vivemos, grande parte do tempo, no piloto automático (GONÇALVES, 2016). “[...] Podemos achar que sabemos o motivo pelo qual fazemos o que fazemos, mas uma inspeção mais minuciosa do cérebro nos diz outra coisa.” (GONÇALVES, 2016, p.23 *apud* LINDSTROM, 2009)

Dentre as funcionalidades do sistema cerebral, destacam-se os neurotransmissores, que são substâncias químicas produzidas pelo organismo, que exercem atividades similares aos hormônios, podendo agir como agentes inibitórios ou excitatórios no comportamento humano, em diferentes âmbitos. Nesta esfera, os neurotransmissores podem trabalhar individualmente ou associados a outros “hormônios”, desencadeando sensações diversas no corpo. No campo dos estudos da neurocomunicação, alguns neurotransmissores se destacam por interferir ativamente na conduta dos indivíduos, como a dopamina, regulador motivacional, a serotonina, promotora de sensações de prazer e bem-estar, a endorfina, trabalhando diretamente com o estresse e a Ocitocina, que promove sensação de segurança e laços sentimentais (AMTHOR, 2017). Os neurotransmissores são elementos importantes no processo de tomada de decisão, considerando que é algo que não acontece apenas de forma racional, lógica e consciente, envolvendo grande parte do inconsciente, estimulado por partes cerebrais específicas.

O processo de decisão humana é completo e envolve diferentes abordagens sobre sua organização. Uma das teorias trabalhadas aplicadas no marketing e na comunicação, envolve a estruturação cerebral da tomada de decisão dividida em três partes: Cérebro Reptiliano, Límbico e Córtex (PERUZZO, 2015). Segundo o autor, o cérebro reptiliano controla tudo aquilo que é responsável pela nossa sobrevivência, como respiração e batimentos cardíacos e é ativado por emoções primitivas como medo, fome e raiva. Já o límbico, processa emoções mais complexas, responsável por armazenar dados e ativado por sensações envolvendo os cinco sentidos. Por último, o córtex é a parte que acreditamos utilizar nas tomadas de decisão consciente, já que controla o raciocínio e o lado social.

O neuromarketing surgiu, então, como uma alternativa de pesquisa na busca por respostas mais precisas sobre “como” e “porque” se consome. Utilizando conhecimentos de neurociência e marketing através da neuroimagem, esse campo de estudo investiga o comportamento relacionado ao consumo, com o objetivo de entender profundamente o consumidor e seu comportamento (ALMEIDA; REIS, 2015 *apud* CAVACO, 2010).

Estímulos externos como propagandas, sons, cheiros ou interações com outras pessoas irão ativar, ainda sem que tenhamos consciência, o sistema reptiliano e o límbico. Observando melhor, é possível compreender o motivo pelo qual as campanhas de marketing estão cada vez mais voltadas a atingir o lado emocional do consumidor, na tentativa de suprir o sentimento de necessidade em ter algo, mesmo sem precisar realmente do bem de consumo em si. Uma vez que as decisões são tomadas nos níveis do sistema límbico e no córtex, o neocórtex procura racionalizar o que foi decidido, dando a sensação de que nossas escolhas são lógicas, afinal é essa a parte do cérebro perceptível com maior clareza. Conhecendo o funcionamento do cérebro é possível, através do neuromarketing ou da neurocomunicação, utilizar estratégias mais eficazes que acionem as partes relacionadas às emoções, o cérebro reptiliano e o límbico.

O neuromarketing não é uma estratégia de marketing tradicional e isolada, mas sim uma maneira de estudar o comportamento humano através do entendimento do processamento de informações que transitam pelo cérebro. A partir dos dados obtidos por pesquisas baseadas em fundamentos neurocientíficos, a comunicação tende a ser mais assertiva e as estratégias de discurso mais eficientes, pensando no direcionamento da construção de *leads*, pessoas pré-dispostas a consumir seu produto para um possível funil de vendas.

Observando os tradicionais estudos de mercado e pesquisas da área, nota-se um recorte da realidade, como se mostrassem apenas a ponta do iceberg, sem considerar que o sistema nervoso humano usa um “filtro” para validar as escolhas, tirando assim a necessidade de reflexão a cada tomada de decisão. Esse mecanismo é o subconsciente causando estímulos cerebrais e impulsionando as inúmeras coleções de itens de bens de consumo (GONÇALVES, 2016).

A neurociência aplicada nos estudos do consumo, do marketing e da comunicação tem se mostrado uma ferramenta e alternativa eficaz, ajudando as marcas na construção de campanhas mais solidificadas. Seja através de símbolos, cores e até mensagens subliminares provocando o subconsciente, torna-se evidente a incorporação da neurobiologia no campo da comunicação, pelo uso desses recursos sem dar os devidos créditos, buscando provocar atividades cerebrais motivando ações, principalmente estabelecendo associações como vieses cognitivos de consumo.

Considerando uma escala de prioridades de consumo, resgatando a teoria da hierarquia das necessidades, de 1954, do psicanalista Abraham Maslow, estudioso do comportamento humano, sabe-se que a base das necessidades humanas funda-se na sobrevivência, como alimentação, sono e respiração, por exemplo, mas existe uma porção de outras camadas piramidais que fomentam desejos dos mais variados e consumos considerados não fundamentais. Embora a teoria tenha questões que precisam ser ponderadas na contemporaneidade, o fato é de que os seres humanos

possuem desejos de consumo maior do que os que ajudam diretamente na sobrevivência.

A pesquisa empírica proposta e apresentada neste estudo se aproxima dos atributos hierárquicos de Maslow. Investiga associações de estima e beleza no contexto inconsciente e imaginário, que será projetado a partir da personificação destas características utilizando como premissa a mitologia, figurando cores, preferências, percepções, sensações e sentimentos na persona das deusas gregas, visando o segmento de cosméticos, especificamente de batons.

O batom é um produto que, além de embelezar, faz com que as mulheres, grande parte dos consumidores do produto, sintam-se autoconfiante, além desta característica corroborar com outra escala importante que é a necessidade social, visando a aceitação no grupo que quer ser inserida, elevando a outros patamares como *status* e estima. Os produtos de consumo carregam significados importantes neste processo, podendo representar autoconfiança e reconhecimento. Interessante observar que todo este processo de satisfação de consumo libera neurotransmissores, como a dopamina, por exemplo. Neste ponto as teorias e usos da comunicação, da psicologia e da neurobiologia, cruzam-se corroborando na construção de etapas, mostrando-se indissociáveis.

De maneira geral, a neurociência contribui para que se entenda o processo de aprendizado humano por meio de cinco pontos principais. 1- Emoções, que interferem diretamente no processo de retenção de informações; 2- Motivação, que nos leva a querer aprender; 3 - Atenção, essencial para que a aprendizagem aconteça; 4 - Memorização: através dela é possível que haja a associação com um conhecimento específico que já havíamos adquirido antes e 5 - Plasticidade cerebral, capacidade de adaptação e modificação cerebral, auxiliando na obtenção de conhecimentos (BRIDGER, 2019).

4. Construção de personas

Considerando que o cérebro humano necessita de associações para memorizar informações, categorizando-as em uma escala de importância no processo de decisão de compra, há necessidade de se estabelecer cognições interpretativas nas mensagens publicitárias, com o intuito de despertar o desejo de consumo de produtos, serviços e marcas.

No entanto, tais atributos precisam ser construídos na mente do consumidor como uma espécie de referenciação associativa, que pode ser realizada pelo chamado efeito *priming*, uma pré-ativação antes de inserir o indivíduo no contexto da publicidade. Nesse sentido, a linguagem publicitária apoia-se em inúmeras estratégias para fomentar lembranças, mas uma das principais funda-se na construção de imaginários coletivos e projeções sobre atributos personificados que tornaram-se representações praticamente universais arquetípicas, construindo personas.

O ser humano é constituído a partir de suas memórias e “do ponto de vista neural, depende de onde você esteve” (DAMÁSIO, 2017, p.09), considerando o fato de que “estar” pode não representar a presença física, mas naquilo que se projeta. Neste contexto, questões da ordem da psicologia mostram-se indissociáveis do processamento cerebral, uma vez que construímos nossa realidade com base em narrativas intrínsecas em nossa cultura.

Jung (2008, p.18-19), reforça que a linguagem, no sentido mais amplo, é simbólica e além do seu sentido real possui conotações especiais que extrapolam a convencionalidade. Reforça ainda, que a palavra ou imagem “tem um aspecto 'inconsciente', que nunca é precisamente definido ou inteiramente explicado”, mas muitos destes elementos nos são familiares por terem sido repetidos ao longo dos anos, tornando-se indissociáveis de seu significado, originando algo mitológico. O mito representa uma narrativa simbólica-imagética que vem acompanhando a sociedade ao longo dos anos, podendo estar relacionado com uma determinada cultura, modo de ser.

No mundo das marcas apropria-se do conceito de mito pensando em poder gerar bons frutos de memorização, pois o desafio é ocupar um lugar privilegiado no armazenamento informacional do consumidor, que pode estar associado a experiências e vínculos emocionais. “Esse é o poder do mito: ele resolve tudo, dá uma resposta para tudo, alimenta o imaginário e renova a esperança. Essa é a concretude da fé presente em todas as mitologias” (CAMARGO, 2020, p.28)

A publicidade transforma um produto em algo maior, tornando-o desejado e, de certo modo, indispensável. Associar publicidade as questões mitológicas pode justificar este fluxo de dependência e desejo inexplicável de consumo, como se o bem adquirido viesse carregado de elementos mágicos transformadores, visando algo potencialmente melhor a partir daquele consumo, personificando por meio de arquétipos de consumo.

Sob a ótica de Jung (2000), o conceito de arquétipo está relacionado com a teoria da psique humana, que defendia a ideia de que existiam arquétipos universais, construídos a partir da mitologia, que persistem no interior do inconsciente coletivo da humanidade, que representam motivações humanas fundamentais, envolvendo experiência, evolução e emoção.

O inconsciente coletivo é uma parte da psique que pode distinguir-se de um inconsciente pessoal pelo fato de que não deve sua existência à experiência pessoal, não sendo, portanto, uma aquisição pessoal. Enquanto o inconsciente pessoal é constituído essencialmente de conteúdos que já foram conscientes e no entanto desapareceram da consciência por terem sido esquecidos ou reprimidos, os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram na consciência e, portanto, não foram adquiridos individualmente, mas devem sua existência apenas à hereditariedade. Enquanto o inconsciente pessoal consiste em sua maior parte de complexos, o conteúdo do inconsciente coletivo é constituído essencialmente de arquétipos. (JUNG, 2020, p.51)

A teoria dos arquétipos de Jung foi absorvida e adaptada pela área da publicidade em “O Herói e o Fora da Lei” (MARK; PERSON, 2017) e aplicada de forma a corroborar para análises arquetípicas e construção de personas da marca, trazendo os 12 arquétipos como representantes de um universo de possibilidades de personalidades metafóricas para comunicação, composto

por: inocente, explorador, sábio, herói, fora da lei, mago, cara comum, amante, bobo da corte, prestativo, criador e governante. Historicamente a humanidade construiu diversos mitos e arquétipos e, por questões metodológicas, esta pesquisa abordará a relação com as deusas gregas, pelo interesse na publicidade de cosméticos femininos.

As deusas gregas representam a personificação dos arquétipos femininos em suas diferentes esferas, corporificando narrativas importantes para a comunicação das marcas. Vale lembrar que um arquétipo feminino não necessariamente precisa ser manifestado apenas em mulheres, mas, nesta pesquisa, a aplicação do conceito será projetada em personagens femininas pelo destaque ao discurso publicitário. De acordo com SOUZA (2018, p. 113 *apud* BOLEN, 1990) as mulheres são influenciadas por forças interiores, cuja raiz arquetípica vem das deusas gregas. Embora esta manifestação não seja totalmente consciente, são intuitivas e influenciam seus modos de ser, sentir e pensar.

As deusas diferem uma da outra. Cada uma delas tem igualmente traços positivos e outros potencialmente negativos. Seus mitos mostram o que é importante para elas e expressam por metáfora o que uma mulher que se assemelha a elas deve fazer. (SOUZA, 2018, p. 114 *apud* BOLEN, 1990).

Nesse sentido, é notório que os arquétipos das deusas gregas contemplam um leque bastante vasto de características compondo personalidades femininas, sendo um viés importante para análise ao contemplar perfis de consumidores em campanhas de cosméticos. Na esfera dos estudos do consumo o indivíduo precisa se projetar junto com o produto e/ou serviço, funcionando como um processo de simbiose, indissociável. Personificando deusas em produtos esta analogia subjetiva se fortalece, passível de gerar vínculos emocionais entre marcas e consumidoras. Ressalta-se que a fidelização no processo de consumo se estabelece quando há envolvimento emocional relacional. Quanto maior o número de elementos envolvidos no processo de convencimento de consumo, maior as chances de o arquétipo imaginário ser concebido.

Para o presente estudo, realizou-se uma correlação das principais deusas gregas e a descrição de suas características mitológicas, categorizando-as na tabela a seguir. Esta tabela será retomada no tópico da pesquisa empírica fazendo uma correlação com os resultados encontrados.

Tabela 1 - Deusas gregas x características

Deusa Grega	Referência	Simbologia	Categorias associadas às deusas gregas
Afrodite	Deusa da beleza	Beleza, o amor e o sexo.	Calor, envolvimento, sensualidade, glamour, luxo.
Atenas	Deusa da sabedoria e da guerra	Sabedoria, arte e criação	Conhecimento, sobriedade, refinamento, arte, força, equilíbrio.
Deméter	Deusa da fertilidade	Colheita, agricultura e estações do ano	Maternal, proteção, artesanal, natural, conhecimento.
Ártemis	Deusa da caça	Divindade da caça, da vida selvagem e da Lua. Protege os jovens e as crianças.	Marcante, audaz, esportiva, estilosa, alternativa.
Gaia	Deusa da Terra	Ela é sua mãe e pai, a responsável pela sua própria criação. Uma mulher de feição maternal e corpo forte, emergindo da terra.	Acolhimento, maternidade, força, natureza, criatividade.
Perséfone	Deusa do submundo	Deusa da agricultura e das estações do ano. É associada ao submundo, sendo a guardiã dos mistérios e mundo dos mortos.	Espiritualidade, sensibilidade, tímida, introspectiva, misteriosa.
Hera	Deusa das Deusas	Ela está relacionada ao casamento e à monogamia	Tradicional, forte, poderosa, intempestiva, atraente.
Héstia	Deusa do lar	Deusa do lar e do fogo sagrado, sendo associada às lareiras das casas.	Calma, intelectualidade, cuidado, autonomia, equilíbrio.

Irene	Deusa da paz	Associada a primavera, a reconciliação e a cooperação.	Natureza, calma, primavera.
Eos	Deusa do amanhecer	Tem o poder de despertar todos os seres de seus sonhos e fazer o dia começar.	Viva, sonhadora, otimista, iluminada.

Fonte: as autoras - com base em (AIDAR, 2020).

4.1. Associações entre cores e percepções

Um dos elementos primordiais na identificação visual na construção de arquétipos e mensagens publicitárias no universo do consumo é fundado a partir do uso de cores. O mundo em cores traz contribuições significativas e há vários estudos que orientam seu uso e escolhas corretas pensando em identificações e associações cognitivas.

O ser humano entende as cores por meio de associações a elementos presentes na natureza, o verde das árvores, azul do mar e marrom da terra, por exemplo. Além das cores remeterem diretamente a imagens simbólicas, representam algo maior quando associados as características físicas de produtos, serviços ou marca, carregando significados subjetivos importantes para o discurso publicitário, gerando percepções e associações, dando significado comunicacional às mensagens.

Estudos como de Farina (2011) e Heller (2013) trazem a abordagem da psicologia envolvida nas cores, mostrando exemplos práticos de como esta funcionalidade agrega sentimento e pode influenciar nos processos de decisão. Para Farina (2011) a cor não é apenas um elemento decorativo ou estético nas artes visuais, mas representa o fundamento da expressão, pois está ligada a valores sensuais e espirituais. Em sua obra o autor relata que a estética está relacionada a três pontos de vista principais: 1 - Óptico-sensível: Ocorre quando a retina vê uma cor qualquer em primeira instância; 2 - Psíquico: Ocorre quando a mente reage sobre a luz que recebeu e 3 - Intelectual-simbólico: Ocorre quando o indivíduo pensa sobre o que viu. O processo de reconhecimento cromático é complexo e importante, pois funciona como um reforço textual subjetivo dos discursos publicitários.

A seguir, será apresentado um quadro relacional utilizando as teorias de Farina (2011) e Heller (2013), contemplando características associativas das cores, baseada em sentimentos, visando o recorte de cores que será trabalhado do experimento deste estudo, considerando a harmonização com batons.

Tabela 2 - Cores e significados

Cor Base	Sintetização do Significado
Marrom	Transmite energia positiva e está ligada ao sólido e seguro.
Rosa	Demonstra afeto e pode ajudar a relaxar. Tem efeito positivo e de motivação sobre as pessoas.
Vermelho	Relaciona-se à intuição, reduz a ansiedade e o medo agindo diretamente no coração e desperta o poder da criatividade. É considerado a cor da realeza.
Roxo	O roxo representa o mistério, expressa sensação de individualidade e de personalidade, associada à intuição e ao contato com o todo espiritual.
Laranja	Verão, calor, alegria e juventude são as palavras que melhor definem esta cor. Tem a ver com a confiança e otimismo.

Fonte: as autoras - com base em Farina (2011) e Heller (2013).

5. Personificação de Deusas Gregas

Com o intuito de avaliar a percepção das cores e suas respectivas associações, foi desenvolvida pesquisa empírica, de caráter quantitativo, utilizando como instrumento de coleta de dados o questionário eletrônico, divulgado nas redes sociais online, de forma compartilhável, com a finalidade de atingir o maior número possível de pessoas maiores de 18 anos. A metodologia da pesquisa foi apoiada em conceitos de neurociência, utilizando princípios de associação implícita (TAI) no questionário online, contemplando a correlação associativa e simbólica de cores, personalidade e representações femininas mitológicas, intrínsecas no imaginário do consumo, visando o refinamento da publicidade do cosmético batom.

Dentro da mente humana, há processos cognitivos explícitos e implícitos. Os explícitos são aqueles que requerem atenção consciente, já os implícitos são os criados a partir de constructos psicológicos, construção puramente mental, sendo possível efetuar a distinção de medidas explícitas, as diretas e implícitas, as indiretas. Os processos implícitos são os que não requerem atenção consciente. "Medidas de *priming* tem se revestido de utilidade enquanto modo de avaliar o que é ativado na memória quando se apresenta algum objeto de atitude" (NETO, 2015, p.04). A técnica de *priming*, nos testes de TAI, consiste na pré-ativação da memória, quando questionado algo ao participante, no intuito de lembrá-lo de algo conhecido, cujo método foi utilizado na última etapa da pesquisa.

O formulário da pesquisa foi dividido em 6 blocos contemplando: perfil do consumidor e percepções sobre as cores, relação da cor e sentimento, cor e estações do ano, cor e persona (celebridade brasileira) e cor na publicidade de cosméticos na categoria de batons. A pesquisa foi aplicada entre os dias 08 de fevereiro de 2021 e 24 de março de 2021, tendo uma amostra de 92 participantes no estudo, com características mistas. A montagem do formulário foi realizada de forma a não induzir as respostas dos primeiros blocos, criando parâmetros e associações apenas nos dois últimos blocos.

O objetivo principal da pesquisa consistia em compreender a percepção do participante com relação as cores em esferas ampliadas, correlacionar com percepções, sentimentos e sensações, testar a percepção sob a ótica da teoria da psicologia das cores com seus significados, usando características pré-definidas, utilizar o efeito *priming* para ativar memorização da correlação de cores versus celebridades femininas brasileiras e associar cores em anúncios publicitário de batom com percepções simbólicas cromáticas.

A proposta final da pesquisa consistia em cruzar estes dados a fim de identificar possível associação mitológica das cores de batons com as deusas gregas, a fim de potencializar características perceptíveis pelo uso do efeito *priming* nas testagens, sendo uma possibilidade de recurso de convencimento

A amostra se caracterizou com 77,2% de mulheres, 21,7% homens e 1,1% declarando a opção "outro". A faixa etária foi mista se caracterizando como maioria entre 45 e 64 anos (33,7%), seguindo de 24 a 34 anos (21,7%), 35 a 44 anos (20,6%), 15 a 24 anos (15,2%) e com 65 ou mais anos (8,7%).

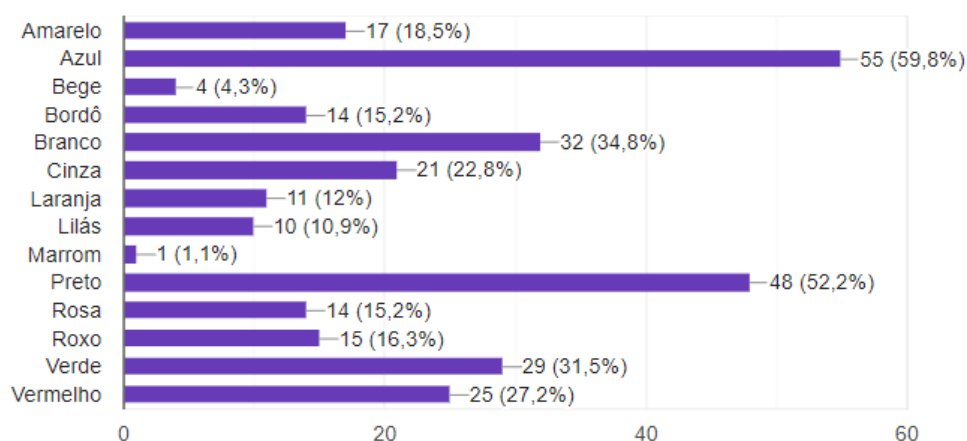
Figura 3 - O que as cores representam para os entrevistados



Fonte: as autoras - <https://wordart.com/create>.

Quando questionados sobre as três cores favoritas, numa escala cromática composta por 14 variações, as que mais se destacaram foram: azul (59,8%), preto (52,2%) e branco (34,8%), conforme figura 4.

Figura 4 - Cor favorita dos participantes da pesquisa



Fonte: as autoras - com base na pesquisa aplicada.

Na preferência dos respondentes as cores com tons claros (52,2%) sobrepondo aos escuros (47,8%) e de intensidade forte (63%) contra opaca (35,9%) e fortes (1,1%), foram as mais votadas. Para uso pessoal, as cores neutras (branco, preto e cinza) ganham destaque com (65,2%).

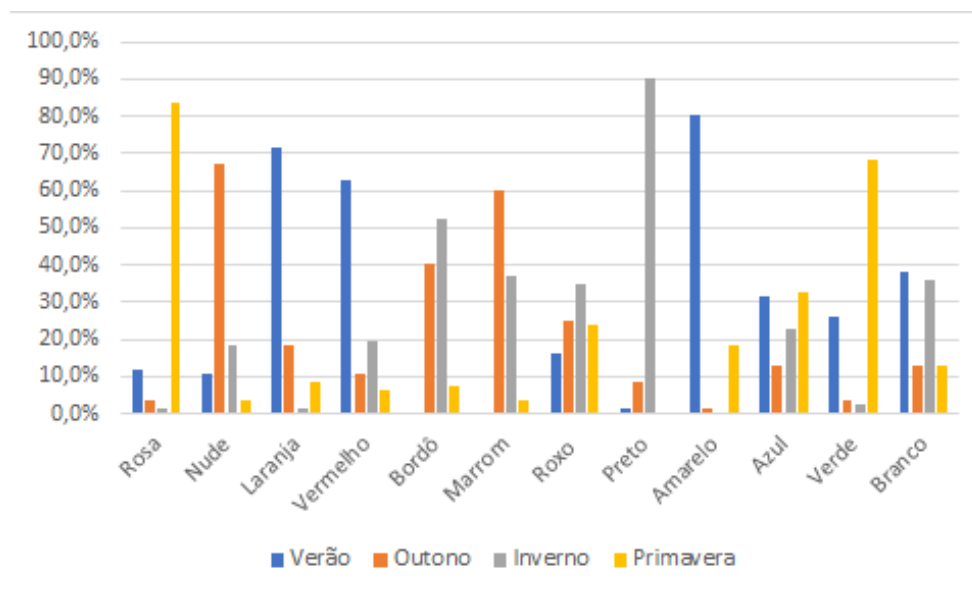
Na sequência foi solicitado ao participante que associasse sentimentos às cores, com a possibilidade de escolha em uma lista de 6 opções, sendo uma das alternativas "nenhuma das anteriores". Desta lista foi selecionada as 2 associações que mais se destacaram em cada uma das cores, resultando na seguinte tabela:

Tabela 3 - Associação de cores às sensações

Cor	Sentimento Associado
Rosa	Delicadeza (72,7%) e Afeto (54,5%)
Nude	Afeto (37%) e Sensualidade (51,1%)
Laranja	Calor (50%) e Otimismo (42,4%)
Vermelho	Sensualidade (80,4%) e Criatividade (40,2%)
Bordô	Realeza (65,2%) e Atração (37%)
Marrom	Neutralidade (58,7%) e Solidez (54,3%)
Roxo	Espiritualidade (51,1%) e Mistério (44,6%)
Preto	Sofisticação (73,9%) e Sobriedade (44,6%)
Amarelo	Iluminação (84,8%) e Euforia (45,7%)
Azul	Intelectualidade (53,3%) e Meditação (51,1%)
Verde	Saúde (65,2%) e Esperança (57,6%)
Branco	Pureza (62%) e Harmonia (51,1%)

Fonte: as autoras - com base na pesquisa aplicada.

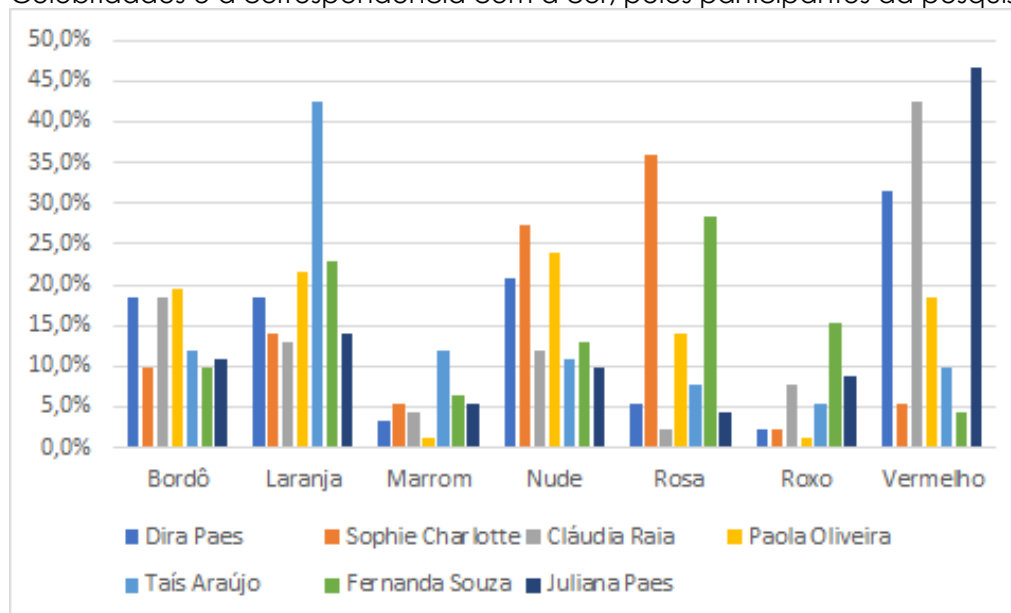
Outra questão relacionava as cores com as estações do ano, resultando em variações e correspondências distintas, mas que deram indicativos interessantes quando observado que as cores quentes (vermelho, laranja e amarelo) e o branco foram mais associados ao verão, cores neutras (preto, branco e bordô) ao inverno, cores como o verde, azul e rosa foram mais associadas a primavera e marrom e nude com o outono (figura 5).

Figura 5 - Estações do ano e correspondência a cor, pelos participantes da pesquisa

Fonte: as autoras - com base na pesquisa aplicada.

Uma das questões da pesquisa tinha como objetivo associar a imagem de personalidades femininas brasileiras, com referência imagética em foto em preto e branco para não induzir respostas, solicitando uma possível correspondência com cores de batom. A pergunta era no sentido de verificar qual cor o entrevistado achava que combinava com cada imagem feminina. Foi selecionado personalidades que pudessem se enquadrar em sistemas referenciais de identificação arquetípicas de personas visando características como romantismo, sensualidade, força, mistério, maternidade e liberdade, por exemplo.

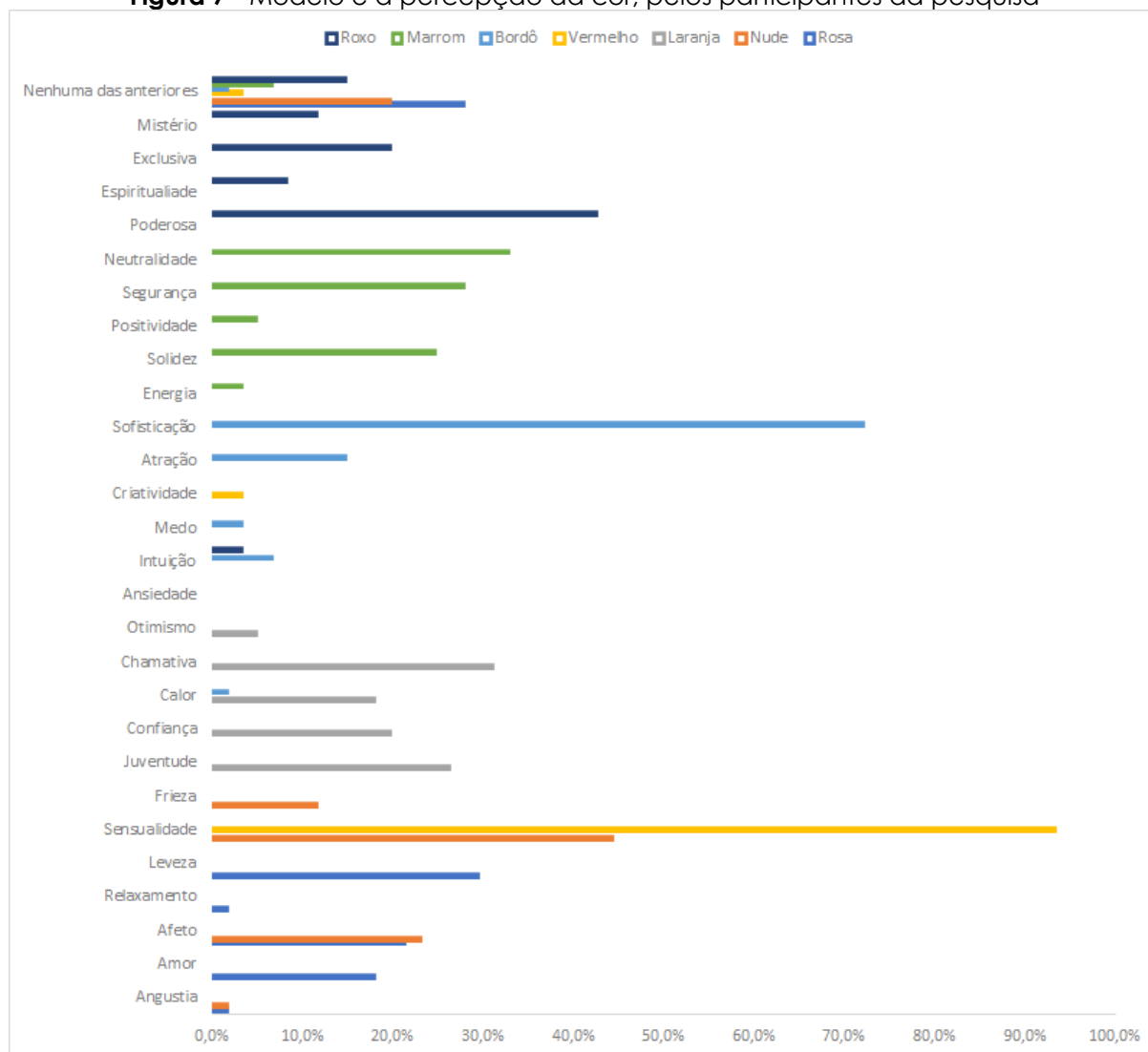
Dentre as possibilidades de combinações dos respondentes, elegeu-se a principal cor mais citada para cada personalidade, chegando ao seguinte resultado (figura 6): Dira Paes (vermelho), Paola Oliveira (nude), Juliana Paes (vermelho), Fernanda Souza (rosa), Thaís Araújo (laranja), Cláudia Raia (vermelho) e Sophie Charlotte (rosa). A cor bordô foi a que mais dividiu as opiniões entre os entrevistados.

Figura 6 - Celebidades e a correspondência com a cor, pelos participantes da pesquisa

Fonte: as autoras - com base na pesquisa aplicada.

A última questão “Ao ver a modelo com o batom da cor x, a qual sentimento você mais associa”, tinha como objetivo verificar a associação da cor de batom com características de personalidade. Para cada cor de batom foram disponibilizadas 6 características distintas, com base no significado das cores (FARINA, 2011) e possíveis associações com características correspondentes atribuídas pela mitologia às deusas gregas.

Os respondentes declararam perceber publicidades com modelos usando batom “rosa” associando a leveza (26,1%) e afeto (27,2%), “nude” com sensualidade (45,7%) e afeto (17,4%), “laranja” associado a uma cor chamativa (28,3%) e que transmite calor (25%), “vermelho” sensualidade (94,6%) e criatividade (3,3%), “bordô” sofisticação (67,2%) e atração (14,1%), “marrom” neutralidade (37%) e solidez (27,2%) e “roxo”, associado ao poder (42,4) e ao mistério (17,4%). Do total de participantes, 27,2% não se identificaram com as alternativas disponibilizadas na pesquisa, o que despertou interesse de investigação futura.

Figura 7 - Modelo e a percepção da cor, pelos participantes da pesquisa

Fonte: as autoras - com base na pesquisa aplicada.

Após o cruzamento das variáveis, chegou-se ao método comparativo (tabela 2) indicando a associação explícita das cores e suas respectivas correlações com determinadas características, estabelecendo parâmetros de associação implícita, referenciado as cores com as deusas gregas.

Tabela 4 - Associações percepções entre cores e deusas gregas

Cor/ referência da Deusa moderna (associações a partir de contato com imagem em preto e branco)	Percepções cores e características atribuídas - Analogia Deusa Grega	Cruzamento de dados e validação de cores de batom, visando características percebidas em anúncios publicitários, que contemplavam modelos desconhecidas utilizando cores no batom
 ROSA	Delicadeza, afeto e amor	Associada simbolicamente a Primavera
Sophie Charlotte 	Héstia Deusa do lar e do fogo sagrado	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom rosa pela modelo: afeto, leveza e amor. Confirmação de analogia simbólica com a cor e teoria psicológica (FARINA).
 NUDE	Sensualidade, afeto e frieza	Associada simbolicamente ao Outono
Sophie Charlotte 	Hera Deusa das Deusas	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom nude pela modelo: sensualidade, afeto, e frieza. Chamou a atenção uma parcela de respondentes que não conseguiu associar a cor com nenhuma das alternativas. Confirmação de analogia simbólica com a cor e teoria psicológica (FARINA).
 LARANJA	Calor, otimismo e confiança	Associada simbolicamente ao Verão
Taís Araújo 	Eos Deusa do amanhecer	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom laranja pela modelo: otimismo e juventude. Confirmação de analogia simbólica com a cor, evidenciando o calor, a confiança e o fato de ser

		chamativa, com os critérios propostos pela teoria psicológica (FARINA).
 MARROM	Solidez, neutralidade e segurança	Associada simbolicamente ao Outono
Taís Araújo 	Deméter Deusa da fertilidade	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom marrom pela modelo: neutralidade, solidez e segurança. Confirmação de analogia simbólica com a cor e teoria psicológica (FARINA).
 VERMELHO	Sensualidade, criatividade e intuição	Associada simbolicamente ao Verão
Juliana Paes 	Afroditê Deusa da Beleza	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom vermelho pela modelo: criatividade, sensualidade e intuição. Confirmação de analogia simbólica com a cor e teoria psicológica (FARINA).
 BORDÔ	Realeza, atração, intuição	Associada simbolicamente ao Inverno
Paola Oliveira 	Atenas Deusa da sabedoria e da guerra	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom bordô pela modelo: sofisticação e atração. Confirmação de analogia simbólica com a cor, que também traz questões associativas com intuição e realeza, validado pela teoria psicológica (FARINA).
 ROXO	Espiritualidade , Mistério e personalidade	Associada simbolicamente ao Inverno
Fernanda Souza	Perséfone Deusa do	Características percebidas no anúncio publicitário com o uso do batom roxo pela modelo: Poder, mistério e exclusividade.

	submundo, guardiã dos mistérios	Confirmação de analogia simbólica com a cor, incluindo a personalidade como questão associativa, validado pela teoria psicológica (FARINA).

Fonte: as autoras - com base na pesquisa empírica¹.

6. Considerações Finais

A proposta desta pesquisa foi avaliar o processo de percepção de um grupo de pessoas, com características mistas, visando associações por avaliações implícitas e efeito *priming*, por meio do uso de questionário eletrônico como método neurocientífico. Para isso, partiu-se do pressuposto e repertório principal a criação de *personas*, com viés recortado para a publicidade, a partir das teorias de Jung, associando cores, estações do ano, percepções, personalidades e publicidade.

A construção da pesquisa foi cuidadosamente pensada para que as perguntas seguissem uma lógica sem indução nos primeiros blocos, mas, conforme o questionário avançava, fornecia pistas de constructos aos participantes, principalmente na última questão que abordava campanhas publicitárias com modelos usando batons das cores de interesse.

Pensando em alguns resultados preliminares, percebeu-se que o imaginário coletivo sobre as cores de batons e suas possíveis *personas* são similares, com poucas divergências representativas estatisticamente que pudessem alterar os resultados. O questionário avaliou amplamente as cores, mas para este estudo limitou-se em trazer e analisar dados de cores associadas a possibilidades de batons. Os demais dados serão utilizados em pesquisas futuras.

Ficou evidente, a partir dos dados coletados, a existência de senso comum associativo entre os elementos apresentados e de que as marcas de cosméticos poderiam pensar em lançamentos de tonalidades com base em estações do ano. Interessante observar, que mesmo com cores bastante próximas, considerando a escala cromática, a cor nude e a rosa, por

¹ Não foi elencada a celebridade Dira Paes, por não ter apresentado diferença significativa entre as cores.

exemplo, embora personifiquem a mesma celebridade simbolicamente, neste caso a Sophie Charlotte, possuem interpretações distintas enquanto características de uso, quase que opostas. Enquanto o nude está associado a frieza e a sensualidade, o rosa a delicadeza e ao amor. Isso vale também para as cores laranja e marrom, atribuídas a *persona* de Thaís Araújo.

No contexto da publicidade é indispensável se pensar em estratégias que chamem a atenção do consumidor e que gerem identificação com o produto divulgado. Importante observar que a visão das cores e suas associações femininas com celebridades foi realizada por respondentes de ambos os sexos, considerando que a criação de uma imagem mitológica não se distingue por gênero, idade ou classe social. Ela é constituída culturalmente no imaginário coletivo e replicada como uma condição. O uso de estratégias de neurociência no processo de pesquisa permitiu avaliar os itens de forma racional e impulsiva, potencializando no final do questionário áreas associativas pré-ativadas no início do questionário.

A publicidade é vulnerável ao movimento dos públicos por precisar atender desejos dos mais distintos e a neurociência torna-se forte aliada, uma vez que avalia potencialidades da ordem do inconsciente. Os dados aqui levantados servem de indicativos de perfil e apelos comunicacionais fortes para trabalhar com princípios da economia da atenção, minimizando lacunas no processo de decisão de estratégias de consumo.

Arquetipizar celebridades femininas, transformando-as em possíveis deusas gregas, gera uma transposição do desejo dos consumidores em ocupar um determinado papel social em seus grupos de convivência. Quando pensado em publicidade, este recurso gera empatia com o público e força comunicacional suficiente para conquistar um espaço associado a um imaginário já construído. A metaforização de mulheres com deusa gregas está no imaginário coletivo, agregando valor e conceito ao universo feminino, construindo um processo de desejo e transmutação ao considerar que o uso de um batom pode mudar quem o usa, incluindo aparência, personalidade, identificação, reconhecimento e autoestima. Personificar deusas por meio de

objetos de consumo mostrou-se como uma estratégia alternativa fortalecendo a estrutura dos processos de consumo.

Referências

AIDAR, Laura. Toda Matéria. **Deusas gregas**. Disponível em: <<https://www.todamateria.com.br/deusas-gregas/>>. Acesso em: 27 dez. 2020.

ALMEIDA, Elise Regina de; REIS, Ewerton Gonçalves: **Aplicação do Neuromarketing em Campanhas Publicitárias**, 2015.

AMTHOR, Frank. **Neurociência para leigos**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2017.

BLAIR, Jennifer. Cores para terra, ar, fogo e água. **EHow Brasil**. Disponível em: <https://www.ehow.com.br/cores-terra-fogo-agua-info_88437/>. Acesso em: 8 dez. 2020.

BRIDGE, Darren. **Neuromarketing**. Como a neurociência aliada ao design pode aumentar o engajamento e a influência sobre os consumidores. São Paulo: Autêntica Business, 2019.

CAVACO, Nanci Azevedo. **Consumismo é coisa da sua cabeça**: o poder do neuromarketing. Rio de Janeiro. Ed. Ferreira, 2010.

EU SEM FRONTEIRAS. **As 7 deusas gregas**. Disponível em: <<https://www.eusemfronteiras.com.br/as-7-deusas-gregas/>>. Acesso em: 22 dez. 2020.

FARINA, Modesto; PEREZ, Clotilde, BASTOS, Dorinho. **Psicodinâmica das cores em comunicação**. São Paulo: Blucher, 2011.

FREITAS, Ana Karina Miranda de. Psicodinâmica das cores em comunicação. **Revista Nucom**, Limeira, ano 4, n. 12, 2017. Disponível em: <https://hosting.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao.pdf>. Acesso em: 10 dez. 2020.

GONÇALVES, Lilian S. **Neuromarketing aplicado à Redação Publicitária**: Descubra como atingir o Subconsciente de seu Consumidor. São Paulo: Novatec Editora, 2016.

GONÇALVES, Marcio Luiz Quaranta. Resenha: Deusas: os mistérios do divino feminino. **Revista Religare**, v.14, n.1, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/religare/article/view/32536/18926?fbclid=IwAR3CgLZnkhYjPAeookugSvx0XPYB5LnRYU9lvJ8TTruQuLOAubkR0OYahS0>>. Acesso em: 05 fev. 2021.

HELLER, Eva, 1948-2008. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. Trad. Maria Lúcia Lopes da Silva. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2008.

JENKINS, Henry; FORD Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**, NYU, 2013.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**. How audiences create value and meaning in the networked economy. In The hand book of media audience. New York: Willey Blackwell, 2011.

JUNG, Carl G. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 3.0**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**. A moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

MARK, Margaret; PEARSON, Carol S. **O herói e o fora da lei**. Como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos. São Paulo: Editora Pensamento Cultrix, 2017.

NETO, Felix. O paradigma do Teste de associação Implícita. **Revista E-Psique**, 2015. Disponível em: <<https://revistaepsi.com/wp-content/uploads/artigos/2015/Ano5-Volume2-Artigo1.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2021.

OLIVEIRA, João Victor Gomes de; LONDERO, Rodolfo Lonrato. A construção do conceito de atenção na publicidade: dos primeiros autores às críticas recentes. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível em: <<https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0610-1.pdf>>. Acesso em: 12 fev. 2021.

PEDROSO, Siméia dos Santos. **Psicodinâmica das cores em comunicação**, UNIMAMP, 2018. Disponível em: <https://hosting.iar.unicamp.br/lab/luz/ld/Cor/psicodinamica_das_cores_em_comunicacao_modesto_farina_resenha.pdf>. Acesso em: 8 dez. 2020.

PERUZZO, Marcelo. **As três Mentes do Neuromarketing**. Rio de Janeiro: Alta Books Editora, 2015.

SOUZA, Felipe Machado. **Marcas, mitos e subjetividades**. Os arquétipos das deusas gregas expressos em imagens publicitárias contemporâneas. Florianópolis: UFSC, 2018.

WENDELL, Hertz. **Mitologia de marca**: ciência e imaginário na sedução dos consumidores. Londrina: Syntagma Editores, 2020.

DREAM CRAZY

UMA ANÁLISE DA RETÓRICA IMAGÉTICA PUBLICITÁRIA

Nattalia Todeschini Vieira*

1. Introdução

Em maio de 2018, iniciou-se uma campanha publicitária em comemoração ao trigésimo aniversário do slogan “*Just do it*” da marca de artigos esportivos Nike, intitulada “*Dream Crazy*”. O outdoor de lançamento da campanha traz o rosto de Colin Kaepernick, ex-jogador de futebol americano do time *San Francisco 49ers* da *National Football League*, em um anúncio monocromático com a seguinte frase centralizada: “*believe in something, even if it means sacrificing everything.*”¹.

Como resultado, a Nike teve apoio e também críticas negativas: ao apoiar um jogador que se ajoelhou durante o hino, extremos nacionalistas norte-americanos, inclusive o presidente Donald Trump, julgaram a marca e Kaepernick como “traidores da pátria”, afirmando que houve desrespeito com a bandeira e seus militares. A partir de então, foram lançadas uma série de anúncios digitais da campanha publicitária contendo as histórias encorajadoras de celebridades que são patrocinadas pela marca, as quais enfrentaram diversas situações sociais durante suas carreiras – a possibilidade de diferentes interpretações não fez com que a estratégia mudasse para a continuação da campanha.

Nesse sentido, a Nike coloca seus produtos em segundo plano ao investir no desenvolvimento de campanhas publicitárias para gerar valor à marca, o que possivelmente influencia na escolha e na aquisição/compra de seus produtos, contando com as diversas interpretações para afunilar seu público. O mito faz com que cada indivíduo interprete a mensagem de modo particular a partir de seu próprio repertório, e por se tratar de um assunto social um tanto polêmico, a repercussão, por meio do *buzz*, se realiza pela discussão

* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina.

¹ Tradução livre: “acredite em algo, mesmo que isso signifique sacrificar tudo”.

entre as pessoas com opiniões diferentes – essas baseadas em seus mitos. Conforme afirma Barthes (2001, p. 131), “Cada objeto no mundo pode passar de uma existência fechada, muda, à um estado oral, aberto à apropriação da sociedade, pois nenhuma lei, natural ou não, pode impedir-nos de falar das coisas”.

2. Semiologia e imagem na teoria barthesiana

A semiologia linguística desenvolvida por Ferdinand de Saussure é uma das bases do entendimento da estrutura do signo e de suas significações – a mitologia para os estudos de Roland Barthes. O linguista suíço define o signo linguístico como “uma entidade psíquica de duas faces” (SAUSSURE, 2006, p.80), sendo elas o conceito e a imagem acústica – o signo tem a função de uni-las. Para o entendimento completo do signo linguístico, Saussure (2006) determina os termos de significado para referir-se ao conceito do signo e significante para a imagem acústica. Saussure (2006, p.80) explana que a imagem acústica “[...] não é o som material, coisa puramente física, mas a impressão psíquica desse som [...]” – esse caráter psíquico é explicado pelo autor como a habilidade do indivíduo falar consigo mesmo sem sequer emitir qualquer palavra.

Dessa maneira, o significante – a imagem acústica – tem o poder de auxiliar a compreensão das diversas interpretações oriundas da polissemia dos anúncios da campanha publicitária “*Dream Crazy*” da Nike, principalmente quando se analisa, por exemplo, o outdoor de lançamento da campanha com Colin Kaepernick, que divide interpretações quando protesta por um nobre princípio, e ao mesmo tempo para patriotas norte-americanos, transmite certo desrespeito à bandeira ao ajoelhar-se durante o hino.

O mito, segundo Barthes (2001, p. 131), é “um sistema de comunicação, é uma linguagem. Eis por que não poderia ser um objeto, um conceito, ou uma ideia: ele é um modo de significação, uma forma”. O mito é um sistema semiológico de segunda ordem que se vale de um signo já estabelecido para alcançar a sua plenitude. O que ele faz, de fato, é flexionar o entendimento do signo, primeiro para um novo contexto, gerando esse segundo sistema

semiológico, pois, neste caso, o signo pleno se torna significante do novo signo – mito – e passará a ter um novo significado. Dessa maneira, pode-se utilizar o mito para compreender as condições repertoriais dos interpretantes e consumidores que foram atingidos pela mensagem da campanha publicitária “*Dream Crazy*”.

De acordo com Barthes (2001, p. 144), entendendo o processo mítico como um valor, “o mito [...] não tem verdade como sanção: nada o impede de ser um perpétuo álibi; basta que seu significante tenha duas faces para dispor sempre de um ‘outro lado’ [...]”. Portanto, como as questões sociais abraçadas pela Nike em sua campanha ainda são fatores que existem apoiadores e indivíduos contrários, como no caso que estampou Kaepernick no *outdoor*, existirão duas faces para o assunto, trazendo a possibilidade de interpretações extremamente distintas – apoio ou reprovação – e, com isso, consequências tanto favoráveis quanto desagradáveis para a marca. Essa divisão das interpretações da mensagem é explicada por Barthes (2001), quando ele explana que cada indivíduo interpreta um signo de maneira única devido ao seu repertório sociocultural. O modo como a Nike utiliza um acontecimento influenciado por situações sociais faz com que a marca estreite as relações com seu público-alvo, expressando seus valores no formato de campanha publicitária.

A mitologia barthesiana teve influência da semiologia saussuriana. Na cadeia semiológica saussuriana, toma-se o contexto significante – significado – signo para compreender o desenvolvimento da interpretação sobre um signo. Já na teoria do mito, Barthes (2001) utiliza o seguinte processo: o signo se torna forma (significante) – conceito (significado) = mito (significação). A mitologia barthesiana transforma o signo pleno da cadeia saussuriana em significante na cadeia mitológica – este elemento Barthes (2001) nomeou como forma; ela se encarrega de realizar o papel de significante para trazer sentido e compreensão do mito.

O sentido passa a ser para a forma como uma reserva instantânea de história, como uma riqueza submissa, que é possível aproximar e afastar numa espécie de alternância rápida: é necessário que a cada momento a forma possa reencontrar raízes no sentido, e aí se alimentar; e, sobretudo, é necessário que ela se possa esconder nele. É este interessante jogo de esconde-esconde entre o sentido e a forma que define o mito. (BARTHES, 2001, p. 140)

O significado continua na mesma perspectiva na mitologia, mas é renomeado na cadeia mitológica, Barthes (2001) intitulou como conceito. Como produto destes dois elementos da segunda cadeia semiológica – ou cadeia mítica –, o mito é a significação que pode apresentar diferentes conceitos para uma mesma forma, isto é, o significante permanece fixo enquanto seus significados podem ser os mais variados.

Vejamos agora o significado: essa história que se derrama da forma é o conceito que a vai absorver totalmente, pois o conceito, esse, é determinado: é simultaneamente, histórico e intencional; é móbil que faz proferir o mito. [...] O conceito restabelece uma cadeia de causas e efeitos, de motivações e de intenções. Ao contrário da forma, o conceito não é absolutamente abstrato, mas está repleto de uma situação. Através do conceito, toda uma história nova é implantada no mito [...]. (BARTHES, 2001, p. 140)

Barthes foi pioneiro na estruturação de uma análise de um anúncio publicitário em seu texto intitulado “Retórica da Imagem”, pertencente à obra “O Óbvio e o Obtuso” (BARTHES, 1990). O semiólogo francês conceituou três tipos de mensagens para uma efetiva análise imagética, sendo elas: mensagem linguística, que envolve os elementos verbais; mensagem icônica codificada, que abrange os aspectos simbólicos da imagem; e a mensagem icônica não-codificada, que é a imagem em sua literalidade, onde a percepção e repertório do receptor é de grande relevância. Pode-se comparar a perspectiva da mensagem icônica codificada com as noções da conotação, enquanto a mensagem icônica não-codificada relaciona-se com a denotação.

Na mensagem linguística, Barthes (1990) especifica que há duas funções para auxiliar na compreensão da imagem: a ancoragem – fixação – e a etapa – revezamento –. Ao ter como verdade que toda imagem é polissêmica, ou seja, que pode ter várias interpretações e significados, a

ancoragem restringe essa ambiguidade com a mensagem linguística – por esse motivo, a maioria das imagens na publicidade, por exemplo, estão acompanhadas por um texto conceitual. Quando o texto e a imagem se complementam porque a imagem não pode explicar o conceito – isto é, a ideia central –, é o caso do revezamento, função encontrada em histórias em quadrinhos e contextos audiovisuais, por exemplo.

A ancoragem é utilizada como um gancho entre a imagem e o texto, em que a mensagem textual complementa o sentido da imagem. Carvalho (2016) explica a importância dessa função:

O autor [Barthes] alerta que a ancoragem pode ser ideológica e que, na verdade, essa é a sua principal função. O texto direciona o leitor pelos significados da imagem, guiando-o por essa cadeia de significados para que ele escolha alguns e evite outros. Nos casos de ancoragem, a linguagem tem claramente a função de elucidação, mas uma elucidação seletiva, aplicada não à totalidade da imagem, mas apenas a algumas partes (CARVALHO, 2016, p. 554).

Portanto, essa função é uma das ferramentas que pode ser utilizada para a total compreensão da mensagem que a Nike intenta transmitir aos seus consumidores.

3. A campanha *Dream Crazy*

3.1. Colin Kaepernick

Figura 1 – Anúncio da campanha *Dream Crazy* com Colin Kaepernick.



Fonte: Portfólio da agência Wieden+Kennedy (2018).

No outdoor de lançamento realizado pela Nike, a imagem traz a fotografia de Colin Kaepernick com feição séria. No centro, a mensagem linguística traz o gatilho do motivo pelo qual aquele jogador está estampando o outdoor: “*believe in something, even if it means sacrificing everything*”². A imagem por si só poderia confundir os receptores, deixando a ambiguidade na interpretação do que poderia ser apoio ou repúdio da marca ao ato do jogador. A mensagem exclui toda a polissemia da imagem: a Nike está apoiando o jogador e incentivando seus receptores a acreditarem em seus sonhos e princípios.

² Tradução livre: “acredite em algo, mesmo que isso signifique sacrificar tudo”.

A polissemia de tal anúncio consistia em duas questões que dividiram as interpretações da mensagem. A primeira questão é a mensagem que a Nike quis transmitir com a utilização da imagem do jogador: os valores e princípios pessoais não podem ser esquecidos, mesmo que isso possa ocasionar más consequências para a sua carreira, por exemplo. A outra questão é o que ocasionou grandes críticas ao posicionamento da marca: ao se ajoelhar durante o hino norte-americano, Kaepernick foi visto como um “traidor da pátria” pelos olhos dos nacionalistas. Essa interpretação ocasionou pedidos de boicote à marca, acompanhados de vídeos de artigos da Nike sendo queimados, com o logotipo sendo cortado, alegando que a marca está apoiando o desrespeito com os militares.

A divisão das interpretações da mensagem é explicada com a teoria da Mitologia, em que Barthes (2001) explana que cada indivíduo interpreta um signo de maneira única, devido ao seu repertório cultural e social. A forma em que a Nike utiliza um acontecimento influenciado por situações sociais faz com que a marca estreite seu público-alvo, expressando seus valores em forma de campanha publicitária.

A divulgação do posicionamento social da marca aos olhos de quem compra seus artigos é de extrema importância atualmente. Nesse contexto social, a luta para que a igualdade seja alcançada entre os negros e brancos ainda é tão necessária quanto no século XX. Em uma simples conta de matemática, nota-se que a lei federal que torna crime a discriminação racial nos Estados Unidos da América foi promulgada há apenas 55 anos. Desde o início do século XX, os negros viviam como inferiores aos brancos na sociedade norte-americana, principalmente nos estados do sul do país, onde negros e brancos eram proibidos de compartilhar do mesmo banheiro, mesmos hotéis, mesmas escolas e até o mesmo bebedouro. Tal lei tornou inconstitucional todos esses atos, mas, infelizmente, não extinguiu o racismo da rotina dos negros.

Uma das organizações mais importantes de defesa dos direitos civis, *The Southern Poverty Law Center*³, divulgou em 2015 um mapeamento que identificava a existência de 892 grupos de supremacistas brancos, sendo 190 destes ligados a *Ku Klux Klan* – grupo supremacista branco do século XIX que perseguia famílias negras e as matavam; hoje, o grupo é visto como movimento político. Segundo o FBI, no mesmo ano 37% dos cidadãos mortos desarmados eram negros, mesmo representando apenas 13% da população norte americana.

Portanto, nesse anúncio de outdoor, identifica-se a mitologia do racismo no imaginário social dos indivíduos que interpretam a mensagem apresentada. A divisão do entendimento do público sobre o assunto social que o anúncio aborda é definida por essa mitologia racial, ou seja, por todo o repertório sociocultural sobre esse preconceito que o consumidor pode utilizar para a decodificação da mensagem. Aos que aprovaram a campanha, provavelmente suas mitologias abrangem um entendimento sobre essa questão social de uma forma histórica, reconhecendo o passado sofrido pela população afro-americana e dando a devida importância aos discursos que apoiam a luta desses indivíduos. Aos que a desaprovaram, naturalmente o extremo nacionalismo e patriotismo que permeiam o seu imaginário definem as suas mitologias, dando mais importância ao que a bandeira norte-americana representa para eles do que o discurso de luta racial.

A ancoragem age como um delimitador das possíveis interpretações. O texto faz com que o posicionamento da marca seja unilateral e auxilia o leitor a compreender a mensagem de forma completa. No caso, a ancoragem permite o interpretante associar a foto de Kaepernick e o texto “*believe in something, even if it means sacrificing everything*”⁴ com o fato do jogador ter se ajoelhado ao cantar o hino no início de uma partida, e a parte verbal do anúncio indica que a Nike está a favor de Kaepernick e apoia atos que lutam contra desigualdades sociais.

³ Disponível em: <<http://bit.ly/racismoewa>>.

⁴ Tradução livre: “acredite em algo, mesmo que isso signifique sacrificar tudo”.

3.2. Serena Williams

Figura 2 – Anúncio da campanha *Dream Crazy* com Serena Williams.



Fonte: Portfólio da agência Wieden+Kennedy (2018).

A campanha publicitária “Dream Crazy” também tem peças desenvolvidas para o digital. Uma delas é protagonizada pela tenista Serena Williams. A atleta é a detentora do recorde de títulos do *Grand Slam* e quatro vezes medalhista olímpica. Seus primeiros passos no esporte foram aos 4 anos com seu pai, Richard Williams, em uma quadra pública na cidade de Compton, em Los Angeles, a qual é conhecida por sua violência e problemas raciais. Seu próximo treinador, Rick Macci, relembra e descreve o ambiente de treino de Williams como um lugar hostil, com pessoas alcoolizadas desmaiadas no gramado e pedaços de vidro espalhados dentro da quadra.

O anúncio para meios digitais traz a imagem monocromática de Serena Williams aos 9 anos em um de seus treinos. Centralizada, a mensagem diz: “*It’s only a crazy dream until you do it.*”⁵. Ao estampar a campanha publicitária da Nike, Serena Williams discursa em uma rede social: “*If you don’t dare to try and chase your dreams, you’ll rob yourself the joy of doing it. Don’t just dream it.*”

⁵ Tradução livre: “Só é um sonho louco até você realizá-lo.”.

#JustDoIt"⁶. Em conjunto à imagem, a Nike lançou um vídeo com cenas de Serena Williams treinando enquanto criança e jogando profissionalmente enquanto adulta. Na narração, seu pai insiste em dizer para a menina jogar como se estivesse em um dos maiores campeonatos de tênis do mundo. Hoje, a atleta já conquistou o primeiro lugar em todos os mais importantes campeonatos. A história que está por trás da imagem disposta na campanha publicitária é utilizada como uma mensagem de incentivo aos seus consumidores, para que os mesmos não desistam de seus sonhos, "por mais loucos que sejam".

A representação de Williams ultrapassa os limites das quadras. Como mulher e negra, suas conquistas se sobressaem das estatísticas regulares para tais características. A desigualdade no campo profissional é um legado com muito a percorrer: segundo o *Status of Women in the States*⁷, a cada dólar que um homem norte-americano é remunerado, são 0,78 centavos para uma mulher norte-americana e, nas estatísticas atuais, as mesmas não irão conquistar igualdade salarial até 2058. Baseado nesses dados, pode-se perceber a dificuldade da evolução até o sucesso na carreira profissional de uma mulher, e é essa a mensagem que a campanha publicitária da Nike quer transmitir ao seu público feminino: o caminho até o sucesso é longo, mas desistir não pode ser uma opção.

Com a história de Williams, coloca-se em pauta todas as questões que as mulheres enfrentam em suas profissões, independentemente de sua nacionalidade – como dito anteriormente, a jogadora saiu de uma cidade com alto índice de violência, treinava em quadras públicas onde ficava vulnerável ao perigo com apenas 9 anos.

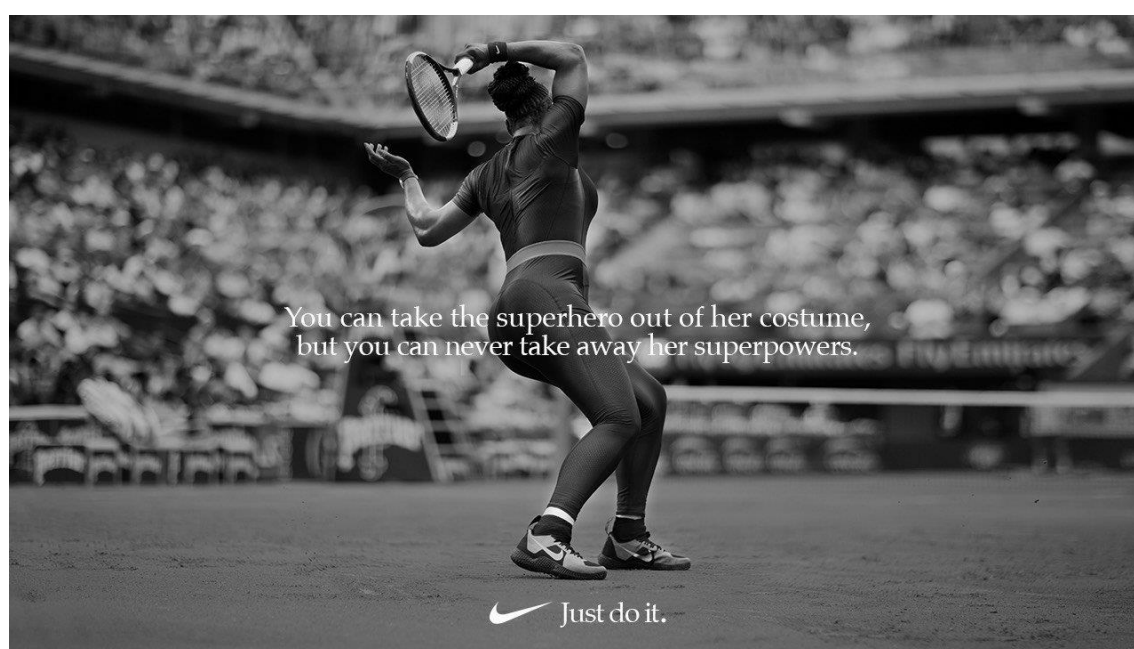
Sendo assim, a ancoragem entre imagem e texto no anúncio em questão delimita a interpretação no encorajamento às crianças não desistirem de seus sonhos, mesmo que pareçam inalcançáveis. Para reforçar tal entendimento, a Nike lançou uma peça audiovisual com imagens de

⁶ Tradução livre: "Se você não ousar em tentar e perseguir seus sonhos, você vai roubar seu próprio prazer de conquistá-lo. Não só sonhe. #ApenasFaça". Disponível em: <<http://bit.ly/twitterserena>>.

⁷ Disponível em: <<http://bit.ly/statusofwomenemployment>>.

Serena Williams enquanto criança sendo treinada por seu pai, em que a encorajava ao dizer “essa é você no *US Open*” – maior campeonato de tênis dos Estados Unidos da América. A imagem faz com que os leitores possam identificar-se com uma criança de 9 anos praticando algum esporte, e o texto delimita a interpretação da mensagem por trás do anúncio: uma criança treinava em condições precárias sonhando com uma das maiores conquistas dos jogadores de tênis, e ela se tornou a melhor tenista do mundo. A Nike usa esse anúncio para apresentar que as oportunidades de contato com o esporte, por exemplo, é algo que deve ser igual em todas as classes sociais e que isso pode ser um fator de extrema diferença para a vida de alguém.

Figura 3 – Anúncio da campanha *Dream Crazy* com Serena Williams.



Fonte: Twitter da Nike (2018).

Outra questão que o legado de Serena Williams traz para fortalecer a mensagem do anúncio da Nike são as críticas contra seu comportamento em quadra. Após ter dado a luz à sua filha, Williams enfrenta problemas de circulação sanguínea e para garantir a alta performance em seus jogos, a jogadora usou um macacão que estimulava a circulação e evitava a formação de coágulos. Três meses depois da partida, o presidente da Confederação Francesa de Tênis comunicou que, após Serena ter “ido longe

demais" com o traje e que a mesma necessita "respeitar o esporte e o lugar de jogo", seria instituído um código de vestimenta para os futuros jogos do *French Opens*⁸.

Billie Jean King⁹ se pronunciou sobre o assunto: *"The policing of women's bodies must end. The 'respect' that's needed is for the exceptional talent @serenawilliams brings to the game. Criticizing what she wears to work is where the true disrespect lies."*¹⁰.

Em seguida, a Nike publicou um anúncio em sua conta no Twitter com a foto monocromática de Serena Williams com o macacão, com os dizeres centralizados: *"You can take the superhero out of her custome, but you can never take away her superpowers."*¹¹.

Como resposta ao seu problema e à crítica, a jogadora entrou em campo no torneio *US Open* vestida com uma saia de tule preto – como de bailarinas – e com uma meia calça para sanar seu problema de saúde. Visto que o traje regular no tênis feminino é composto por um short saia, Williams quis responder ao presidente da Confederação Francesa de Tênis com a dose certa de ironia e educação.

O policiamento masculino com o comportamento feminino em questões profissionais também ultrapassa os limites das quadras. Por mais que Serena Williams teve a força e apoio para enfrentar as críticas machistas, muitas mulheres sofrem com a mesma situação. Segundo a revista *Forbes*¹², mulheres relatam que os comportamentos desrespeituosos e humilhantes de colegas de trabalho, chamados de microagressões, despertam o estresse, esgotamento, insatisfação e improdutividade com o trabalho. Dessa maneira, as mulheres se sentem excluídas e impotentes no campo de trabalho pelo sexismo que as atinge.

⁸ Disponível em: <<http://bit.ly/buzzfeedserena>>.

⁹ Ex-tenista norte-americana considerada uma das melhores jogadoras da história, uma das primeiras mulheres a lutar contra o sexismo dentro do esporte e fundadora do Woman's Tennis Association.

¹⁰ Tradução livre: "O policiamento do corpo das mulheres precisa acabar. O único 'respeito' necessário é para o talento excepcional que a @serenawilliams traz para o jogo. Criticar o que ela usa para trabalhar é o que é desrespeitoso."

¹¹ Tradução livre: "Você pode tirar a super-heroína de seu traje, mas você nunca pode tirar seus superpoderes."

¹² Disponível em: <<http://bit.ly/forbesmenwomens>>.

O anúncio da Nike feito em apoio a Williams é para que suas consumidoras absorvam a mensagem que não se deve dar importância a fatores que impliquem com seu gênero, pois esses não as definem. Sendo assim, a marca consegue a aproximação com seu público feminino apoiando causas que atingem a maioria.

A ancoragem feita pelo texto e a imagem é essencial para a compreensão da situação em que a mensagem se encontra. O traje de super-heroína refere-se, portanto, ao macacão repudiado pelo presidente da Confederação Francesa de Tênis e, mesmo proibindo-o, Serena Williams continua sendo a melhor do mundo. Dessa forma, a Nike teve como objetivo atingir todas as mulheres que são ou já foram objetificadas e julgadas por suas vestimentas, e afirmar perante as mesmas que seus trajes não as definem e tampouco alteram seus valores, princípios e personalidade.

As interpretações desse caso são semelhantes ao anúncio de Kaepernick. A mitologia machista no imaginário social de cada leitor faz com que as interpretações sejam distintas. Para pessoas com princípios conservadores, a jogadora ter mudado o seu uniforme para um estilo “menos feminino” em comparação aos shorts saia usados pelas mulheres no esporte é um desrespeito aos códigos e tradições do jogo. Para outros leitores, os quais possuem uma outra visão na mitologia machista, Williams será a melhor tenista do mundo em qualquer traje e a aceitação do novo uniforme há de ser unânime, visto que a mudança foi por questões de saúde. A ancoragem entre o texto e a imagem faz com que a interpretação das intenções da marca seja única, visto que a imagem conta com a jogadora em seu traje “polêmico” e o texto é o posicionamento da Nike sobre o assunto.

3.3. Seleção de futebol feminino (eua)

Figura 4 – Anúncio da campanha *Dream Crazy* com a seleção norte americana de futebol feminino.



Fonte: Portfólio da agência Wieden+Kennedy (2018).

Seguindo o mesmo padrão dos anúncios da campanha publicitária “*Dream Crazy*”, a seleção de futebol feminino dos Estados Unidos da América fez parte da campanha com uma imagem monocromática, na qual as jogadoras estão em um momento de união durante uma partida, com a frase centralizada: “*If you need a reason to dream crazy, here’s eleven*”¹³. Visto que há onze jogadoras titulares no time em uma partida, a mensagem traz as mesmas para servirem como razões para sonhar em ser uma jogadora de futebol.

A seleção se tornou bicampeã mundial em 2019 e é considerada a melhor do mundo pelo ranking da FIFA¹⁴ – a luta por conquistas fora de campo está mais difícil do que conquistar seus títulos esportivos. Não só em solo norte-americano, como no Brasil, a batalha para alcançar a igualdade salarial com as seleções masculinas de futebol é imensa. Na questão brasileira, pode-se

¹³ Tradução livre: “Se você precisa de uma razão para ter um sonho louco, aqui estão onze.”.

¹⁴ Disponível em: <<https://www.fifa.com/fifa-world-ranking/ranking-table/women/>>.

alegar que a questão mercadológica dá o sentido para que as mulheres recebam menos – os homens rendem mais lucros para seus patrocinadores e seu clube. Porém, essa resposta não se encaixa nos Estados Unidos: a seleção feminina rende mais à confederação americana do que a seleção masculina, visto que apenas as mulheres são tricampeãs mundiais e quatro vezes medalistas olímpicas de ouro. Renata Mendonça, jornalista esportiva e repórter do canal ESPN, explica: “segundo o acordo que a *US Soccer* tem com a equipe feminina e a masculina, ambas precisam realizar cerca de 20 jogos por ano. Supondo que a seleção dos homens vença todas essas partidas, os jogadores terão recebido US\$ 263.320 (pouco mais de US\$ 13 mil por vitória). Se a seleção feminina vencer todos os 20 jogos, o valor que as jogadoras receberão por isso não ultrapassará US\$ 99 mil (US\$ 4.950 por jogo). Isso tudo considerando que as partidas delas rendem mais dinheiro à confederação do que as deles – segundo dados da própria *US Soccer*.”¹⁵

Megan Rapinoe, uma das principais atletas da seleção feminina, traz a representatividade feminina dentro e fora de campo. A jogadora foi uma das apoiadoras de Colin Kaepernick, repetindo o ato do jogador durante o hino em uma partida e respeitou quando a *US Soccer* proibiu o ato – mas, desde então, passou a não o cantar. A jogadora se posicionou sobre a igualdade salarial e resumiu em poucas palavras o que é a necessidade de ser uma boa jogadora dentro de campo e lutar pelos seus direitos fora dele: “Eu preciso ser muito melhor do que qualquer jogador, porque tenho que ser boa dentro de campo e fora dele para mostrar que isso deveria ser o bastante para recebermos pelo que fazemos. Os jogadores não precisam se preocupar com mais nada além de jogar futebol. Desde os 14 ou 15 anos, eles não têm qualquer preocupação além de serem bons jogadores. Esse é o único foco deles, e o mesmo não acontece para nós” ¹⁶.

¹⁵ Disponível em: <<http://bit.ly/dibradoras>>.

¹⁶ Disponível em: <<http://bit.ly/dibradoras>>.

A Nike, como uma das maiores marcas de artigos esportivos, quer levar as imagens das jogadoras como ídolos para que meninas de todas as idades possam sonhar em ser jogadoras de futebol, mesmo em um cenário profissional completamente machista. Elas, além de esportistas de sucesso, são representantes de uma fala feminina empoderada e necessária – nada melhor para estampar uma campanha publicitária sobre sonhos “loucos” – em uma profissão ainda vista como masculina. As mulheres não possuem o apoio necessário para enfrentar as condições e situações impostas às mesmas quando se posicionam no mesmo lugar que os homens, principalmente na parte administrativa e de patrocínios.

Dessa forma, nota-se que a ancoragem é indispensável para a compreensão da mensagem. Posicionando apenas a imagem, a compreensão da intenção da marca com aquele discurso pode se tornar vago e ambíguo. A imagem das jogadoras com o texto indica que as onze atletas presentes na imagem, mulheres e jogadoras de futebol, são inspiração para persistir em seus sonhos profissionais, por mais que haja tantos obstáculos, principalmente na questão de gênero.

4. ESTRATÉGIA DE MARCA POR TRÁS DA CAMPANHA PUBLICITÁRIA

Como dito anteriormente, a campanha publicitária “*Dream Crazy*” foi lançada para que a mesma causasse um *buzz marketing* e destacasse a voz da Nike. Juan Camilo Muñoz (2019) realizou uma pesquisa para determinar se a campanha foi um sucesso ou os boicotes funcionaram. Segundo Muñoz (2019, online): “*Despite the intimidating risk that Nike took by partnering with a such controversial figure, they held on to the marketing principle that taking a stance on controversial topics increases brand awareness, divides people [...]*”¹⁷.

¹⁷ Tradução livre: Apesar do risco intimidador que a Nike assumiu em parceria com uma figura tão controversa [Kaepernick], eles mantiveram o princípio do marketing de que a postura em tópicos controversos aumenta o reconhecimento da marca, divide o público e gera receita. Disponível em: <<http://bit.ly/juanmunoz>>.

A divisão de público que o pesquisador cita em seu trabalho é feita pela polissemia da mensagem, como explanado no item 2 do presente capítulo. Ainda segundo Muñoz (2019, online): *"Nike carefully analyzed if they could bear the load of irresponsible journalism as a result of their stock prices dropping after signing Kaepernick, conservatives raging on media streams, President Donald Trump's tweets, and even extremists boycotting the brand on social media"*¹⁸

Isto é, mesmo com vídeos de consumidores queimando seus produtos nas mídias sociais, a Nike decidiu que era um risco que valia a pena ser tomado. Segundo a pesquisa realizada pela Apex Marketing Group¹⁹, a exposição da marca nessa campanha publicitária trouxe 40% de retorno positivo, 30% negativo e 30% neutro – de maio até setembro de 2018, a estimativa de valor desas exposição chegou à US\$ 163,5 milhões.

Segundo Muñoz (2019), as menções à marca em redes sociais após 72 horas do lançamento da campanha passaram a quantidade de 5,2 milhões, além do aumento em 31% no preço das ações e nas vendas online. O autor (2019) diz que *"its success was never based on the numbers, but the statement Nike made. Nike is willing to back their own values, especially at the cost of potential customers."*²⁰

Portanto, a marca alcançou seu objetivo em se aproximar de seu público alvo, mesmo sendo necessário o "sacrifício" de potenciais clientes. A estratégia com base em questões sociais e encorajamento de seu público é uma grande entrada para o destaque da marca.

¹⁸ Tradução livre: A Nike analisou cuidadosamente se poderiam suportar a carga de jornalismo irresponsável como resultado de seus preços de ações depois de assinar com Kaepernick, conservadores se enfurecendo em fluxos de mídias, os tuítes do presidente Donald Trump e até os extremistas boicotando a marca nas redes sociais. Disponível em: <<http://bit.ly/juanmunoz>>.

¹⁹ Disponível em: <<http://bit.ly/examedreamcrazy>>.

²⁰ Tradução livre: Seu sucesso [da campanha] nunca foi baseado em números, mas na declaração que a Nike fez. A Nike está disposta a apoiar seus próprios valores, especialmente ao custo de consumidores potenciais. Disponível em: <<http://bit.ly/juanmunoz>>.

Dessa forma, nota-se também que tal estratégia de entreter e alcançar o consumidor por um viés dionísíaco, isto é, pela emoção e sentimento do mesmo, está se proliferando entre as grandes marcas e os diversos veículos de mensagem auxiliam a alcançar esse objetivo. Segundo Covaleski (2015):

[...] resta à publicidade se adaptar evolutivamente, de modo que consiga prender a atenção dispersa de um público diluído em múltiplas plataformas. Cabe aos anunciantes e a seus agentes publicitários repensarem posturas e atitudes diante de consumidores que operam novas práticas mercadológicas, opinam sobre experiências de consumo, interferem em processos comunicacionais, engajam-se em causas sociais, produzem e disseminam conteúdos midiáticos – enfim, *prosumers* que exigem das marcas posicionamentos e ações mais humanizados; pronunciamentos e diálogos mais consonantes com a visão/opinião dos consumidores contemporâneos. (COVALESKI, 2015, p. 110)

Covaleski (2015) complementa que o produto da marca em si é mascarado pelo conteúdo de marca, ou *branded content*, onde o discurso promove a valorização da marca além de seus produtos. Para este pesquisador (2015, p. 111), as estruturas narrativas publicitárias, que “se diferenciam da publicidade massiva, são nutridas pela capacidade interacional dos meios digitais e favorecem o engajamento do público em construções simbólicas complexas nas quais se sincronizam e se harmonizam a própria simbolização interna de cada indivíduo”.

5. Considerações finais

Buscando compreender o entendimento da campanha publicitária *Dream Crazy* pelo seu público e a estratégia da marca por meio das teorias de Barthes, é notório que o imaginário social e cultural dos interpretantes é responsável pelos diferentes *feedbacks* provenientes dos mesmos. Barthes (2001, p. 141) afirma que um significante pode resultar em diversos significados: “esta repetição do conceito através das formas diferentes é preciosa para o mitólogo, permite-lhe decifrar o mito: é a insistência num comportamento que revela a sua intenção”.

Dessa maneira, identifica-se a intencionalidade da Nike em transmitir seu posicionamento perante situações sociais para que então, o consumidor possa se identificar com a mesma. Essa identificação é permitida pelo mito presente em cada indivíduo, porém, a ancoragem entre imagem e texto delimita o entendimento dos anúncios para que a intenção da Nike seja transmitida e a marca atinja seu objetivo.

Como afirma Carvalho (2016, p. 554), “O texto direciona o leitor pelos significados da imagem, guiando-o por essa cadeia de significados para que ele escolha alguns e evite outros”. Barthes (1990) também assevera que todas as imagens são polissêmicas, ou seja, dispõem de dois ou mais significados, e a ancoragem tem o papel de auxiliar e limitar os significados provenientes da imagem.

Conclui-se, portanto, que o objetivo da Nike de alcançar seu consumidor não utilizando seus produtos e sim, focando em posicionamento social, trouxe à marca resultados satisfatórios em todos os sentidos, mesmo contando com parte de seus consumidores repudiando seu ato. A estratégia em apoiar-se nas mitologias do imaginário social de seu público-alvo para aproximar-se do mesmo é algo que a marca possivelmente volte a utilizar em campanhas distintas, tendo em vista que a campanha “*Dream Crazy*” ainda está em andamento, mesmo um ano depois de seu lançamento.

Referências

BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BARTHES, Roland. **O óbvio e o obtuso**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

CARVALHO, Sâmia Alves. Interações imagem-texto: Uma análise de composições multimodais instrucionais. **Revista Brasileira de Linguística Aplicada**, Belo Horizonte, v. 16, n. 4, p. 547-573, dez. 2016.

COVALESKI, Rogério Luiz. Conteúdo de marca e entretenimento: Narrativas híbridas. **Comunicação, mídia e consumo**, São Paulo, v. 12, n. 34, p. 107-123, maio/ago. 2015.

MUÑOZ, Juan Camilo. **How Nike's "Dream Crazy" Campaign used Social Issues to Profit**. Disponível em: <<http://bit.ly/juanmunoz>>. Acesso em: 8 out 2019.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral**. São Paulo: Cultrix, 2006.

R\$ 0,20 E AS JORNADAS DE JUNHO DE 2013: AGENCIAMENTOS COLETIVOS, LINGUAGENS E AS NARRATIVAS MIDIÁTICAS COMO MANANCIAIS DA INSTABILIDADE E DO ÓDIO

Luís Delcídes Rodrigues da Silva
Emerson Penha Malheiro

Introdução

Insatisfações, revoltas e o gosto amargo da injustiça continua presente e permeia o imaginário brasileiro desde as jornadas de junho de 2013. Operadores da comunicação e manifestantes não digeriram as marcas violentas e as pautas produzidas durante essa manifestação coletiva.

Em meio a disputa de cartazes e a guerra de narrativas, este capítulo mostrará nas seções seguintes a possível perturbação da ordem de um país. Ao utilizar a conceituação de Rancière (2005), há uma partilha do sensível de um movimento inesperado e um distanciamento das coberturas da imprensa com relação aos fatos.

Há um agenciamento espontâneo entre manifestantes e os coletivos de comunicação autônomos, onde apenas com equipamentos portáteis e uma bateria carregada em um carrinho de supermercado, não deixam zerar as baterias, tanto do notebook e do celular para transmitir informação em tempo real.

A indignação seletiva e os regimes de signos serão tratados na seção subsequente, ao mencionar a respeito das linguagens e os acontecimentos em meio a narratividade midiática. Esta apresentará nas informações tanto dos conglomerados quanto dos coletivos voluntários de difusão de notícias.

Este pequeno estudo debruçará na pesquisa qualitativa bibliográfica através das obras de Gilles Deleuze e Felix Guattari, Maurice Merleau-Ponty e Jacques Rancière. Com estas referências teóricas, o leitor terá uma oportunidade em compreender melhor a dinâmica da difusão de notícias e os mananciais da instabilidade e do ódio, principalmente quando estes debruçam em meio as vociferações machistas travestidas de protestos em meio as manifestações.

1.R\$ 0,20 e as jornadas de junho de 2013

O mês de junho de 2013 foi um mês não terminado. A reivindicação é constante e enseja os anseios de uma população insatisfeita com a economia e o caos no sistema público de saúde.

A mobilização inicial do Movimento Passe Livre era o aumento das passagens de ônibus, metrô e trens em São Paulo e estas manifestações tomaram as ruas paulistanas com depredações de veículos e agências bancárias.

Com o enfrentamento da Polícia Militar, ao deixar jornalistas e manifestantes feridos, gerou mais revolta e os protestos tomaram fôlego para ganhar o país e as reivindicações tomaram fôlego para outras cidades brasileiras.

Em meio a disputa intensa de cartazes e a guerra de interpretações das vozes rebeldes, conforme descritas por Rolnik (2013, p.13), há uma perturbação da ordem de um país em meio a uma onda de prosperidade vivida em um cenário de estabilidade econômica.

Em meio ao clima de “a fonte secou” ou como dizem as rodas de amigos, “a reserva do cartão de crédito acabou”, é impossível comprar um direito a cidade, há uma agenda e prática (ROLNIK, 2003, p.18).

Há um direito a voz e um excesso de palavras. A linguagem, ao ultrapassar seus limites, ela recua o presente por meio de uma ação e esta considera os pares e o possível entorno ao permitir o inesperado no ato político.

Trata-se de um princípio produtivo com um discurso introspectivo em meio a um discurso de valores dirigido a própria pessoa, em uma solidão absoluta. Não é a partir de uma relação de valores, é por uma necessidade e um bem pela coletividade.

Ao utilizar-se o conceito de Rancière (2005, p.15) trata-se de uma partilha do sensível, por ser um sistema de evidências de um comum e dos recortes e neles definem lugares e partes respectivas. Ou seja, é um movimento que não surgiu do nada, surge de outros movimentos e a cidade torna-se o principal local da reprodução da força de trabalho.

1.1 O canto da sereia da liberdade de imprensa

Em um tempo de cultura de redes, a internet e a cidade formam um espaço e este se projeta para as ruas onde conseqüentemente torna-se um local de luta e reivindicações.

Há uma combinação entre jornalismo e ativismo ou um midiativismo ou midialivrismo, um conceito referenciado citado por Fontanetto e Cavalcanti (2006, p.35) ao gerar uma reflexão sobre a prática jornalística adotada durante as manifestações de 2013.

Daí, o distanciamento entre as coberturas da imprensa referente aos fatos. Enquanto a Mídia Ninja estava no asfalto, próximo aos manifestantes, com entrevistas junto aos anônimos e especialmente aos mais revoltosos, os chamados "black blocs", os conglomerados preferiram as fontes oficiais.

Dessa forma, a liberdade de imprensa tornava-se o canto da sereia burguês ao permitir a instrumentalização dos jornais enquanto peça de propaganda, sem enfrentar o ônus da reação do poder público.

No entendimento de Marx (1996, p. 11), por ser defensor intransigente da liberdade de imprensa, este percebia o seu dever de expressar os interesses do conjunto da sociedade e não dos interesses privados.

Ao *contrario sensu*, os conglomerados midiáticos tradicionais, apenas deram ouvidos as vozes oficiais e ao relatar a truculência dos agentes públicos, não deu voz a manifestantes e especialmente as inúmeras reivindicações.

Os grandes grupos midiáticos não ouviram os representantes do Movimento Passe Livre (MPL) e apenas foi registrado como mantra, para a densa massa populacional é de uma turba de jovens ao lutar por um reajuste mínimo (VIEIRA, 2020, p.6).

Assim, é perceptível um olhar apartidário da denominada grande imprensa diante de um fato escancarado. Não é apenas o ínfimo reajuste, são as inúmeras reclamações diante de um caos e uma insatisfação escancarada pelo povo das ruas.

1.2 Práticas comunicacionais alternativas e autônomas

Entre as vozes polissêmicas ao vocalizar pelas diversas reivindicações e demandas sociais, as redes sociais tornaram-se um importante veículo para essas organizações e assim, os movimentos tomam forma e vão para as ruas da cidade.

Há um agenciamento espontâneo entre os cidadãos e estes se organizam em rede. Ao tomar as vias urbanas, além das pessoas, o cartaz passa também a ser utilizado como propaganda.

O excesso de palavras, a criatividade e a circulação durante o ato tornam o cartaz como uma extensão do próprio corpo e torna-o matriz para atestar o seu pertencimento a um determinado tempo e espaço.

Ao embasar-se no conceito de Castells (2012, p.10) o espaço em rede torna-se um espaço de comunicação autônomo ao se situar entre o digital e o urbano e há a necessidade de superar a emoção negativa para o entusiasmo acontecer.

Essa união de distâncias e pessoas de locais distintos, dá a graça e elimina rupturas e convergem pulsões sociopolíticas na ambiência urbana. Nesse sentido, os novos veículos comunicacionais, como o Mídia Ninja, ganham as ruas, como informação alternativa e de emboscada.

Diferentemente dos grandes conglomerados, ao apenas concentrar-se no acontecimento *lato sensu* e totalmente frio e distante de uma realidade intensa no calor da aglomeração.

No entendimento de Rancière (2005, p.16), acerca da voluntariedade e a capacidade cidadã:

A partilha do sensível faz ver quem pode tomar parte no comum em função daquilo que faz, do tempo e do espaço em que essa atividade se exerce. Assim, ter esta ou aquela "ocupação" define competências ou incompetências para o comum. Define o fato de ser ou não visível num espaço comum, dotado de uma palavra comum.

Para estabelecer capacidades de cada sujeito, na atuação corpopolítica, especialmente na reivindicação de direitos, subtraídos ou inativos por um Estado inanimado e desconectado da realidade desses seres, é necessário esse contingenciamento afetivo.

No olhar de Santos e Campolina (2019, p.95) o Espaço é capaz de deflagrar estruturas mal observadas. Assim, até 2013 o Estado se colocou apenas como construtor do edifício e não como o administrador para atentar-se as insatisfações dos cidadãos.

2. Agenciamentos coletivos

Ao parafrasear os escritos de Deleuze e Guatarri (1995, p.11), o cidadão, ao ser motivado pelas mídias sociais a participar de um ato coletivo na rua, está em agenciamento com outros atores sociais e em relação com os corpos manifestantes.

Dessa forma, os regimes de signos estão reunidos em uma máquina semiótica e a sociedade perpassa por esta engrenagem ao possuir regimes mistos. Ao mesmo tempo, são proferidas palavras de ordem, impõe cartazes e estes se completam a expressão corporal.

Há uma funcionalidade em efeito na relação entre o agenciamento coletivo de enunciação e os agenciamentos maquínicos. Com isso, cessa a possibilidade de suspender a atuação dos gerenciadores de sinais e seus objetos (DELEUZE; GUATARRI, 1995, p.14).

Ao operar a conexão de uma língua com os conteúdos semânticos e estes operacionalizam juntamente com os agenciamentos coletivos de enunciação com seus enunciados e permeados em uma micropolítica focada no campo social, Deleuze e Guatarri (1995, p. 15), descreve detalhadamente sobre a atuação do rizoma:

Um rizoma não cessaria de conectar cadeias semióticas, organizações de poder, ocorrências que remetem as artes, às ciências, as lutas sociais. Uma cadeia semiótica é como um tubérculo que aglomera atos muito diversos, linguísticos, mas também perceptivos, mímicos, gestuais, cogitativos: não existe língua em si, nem universalidade da linguagem, mas um concurso de dialetos, de patoás, de gírias, de línguas especiais. Não existe locutor-auditor ideal, como também não existe comunidade linguística homogênea.

A língua não se fecha sobre si mesma e como a cadeia semiótica atua nos mais diversos atos, esta também encontra seu campo de atuação em uma manifestação coletiva, especialmente ao agregar os mais diversos atores sociais diante das inúmeras reivindicações.

A palavra, ao se manifestar, torna evidente para uma comunidade de sujeitos, em suas reivindicações e para os seus receptores poderá ser útil e nocivo. Consequentemente também será o justo e o injusto (RANCIÈRE, 1996, p.17).

2.1 O múltiplo tratado como substantivo

Não há uma relação do um com o sujeito quando o múltiplo é tratado como substantivo. A multiplicidade não é nem mais sujeito e nem objeto, é um todo, um coletivo formado por indivíduos com as suas reivindicações e estas, através da manifestação, seja por cartazes e voz, formam uma grandeza e esta não muda de natureza.

Por serem rizomáticas, as multiplicidades denunciam as pseudomultiplicidades arborescentes (DELEUZE; GUATARRI, 1996, p.15). Em meio as insatisfações da população, grupos ligados aos movimentos de direita, como o Movimento Brasil Livre e o Direita Brasil, tomaram um outro rumo e totalmente distinto da reivindicação da população em si.

Ao trazer o entendimento de Deleuze e Guatarri (1996,p.16), ao assemelhar os movimentos caroneiros da onda gigantesca das jornadas de junho de 2013: "[...] Os fios da marionete nos remetem à vontade suposta de uma artista ou de um operador, trata-se de multiplicidade de fibras nervosas que formam uma outra marionete."

Para Deleuze e Guatarri (1996, p.17) a multiplicidade da marionete reside na pessoa do ator e esta projeta no texto. Aplica-se este efeito aos alpinistas do manifesto indignado e raivoso.

É uma indignação seletiva, sem profundidade e manipuladora. Financiada por importantes empresários, capitalistas, apenas usou jovens como massa de manobra e atualmente ocupam postos de poder,

especialmente os originários dos grupos financiados pelos “patos amarelos” da FIESP.

Na compreensão de Deleuze e Guatarri (1996, p.17) sobre as definições das diversas manifestações: [...] “As multiplicidades se definem pela forma: linha abstrata, linha de fuga ou de desterritorialização. Elas mudam de natureza ao se conectar com as outras.”

3. Linguagens

Conforme o entendimento de Deleuze (1974, p.187) o acontecimento não fala mais do que dele se fala do que se diz. Ele pertence a linguagem de tal forma que habita tanto e esta não existe fora das proposições que o exprimem. Logo, o acontecimento não se confunde com as proposições e o expresso não se confunde com a expressão.

Por não proferir sonoras desestruturadas e desconexas, o acontecimento pertence ao campo da interpretação formada por cada manifestante e este, ao juntar-se ao coletivo, agencia-se em meio a diversidade de reivindicações pertencentes a linguagem da insatisfação.

Dessa forma, Deleuze (1974,p.187) compreende:

[...] fazer com que os sons não se confundam com as qualidades sonoras das coisas, com o burburinho dos corpos, com suas ações e paixões. O que torna a linguagem possível é o que separa os sons dos corpos e os organizava em proposições, torna-os livres para a função expressiva.

Nem a designação e a manifestação não fundem a linguagem, estas supõem a expressão. Por fundar-se no acontecimento, a expressão torna-se entidade do exprimível ou do expresso.

A linguagem torna-se possível é o acontecimento não se confunde nem com a proposição que o exprime e nem com o estado daquele que se pronuncia, muito menos com o estado de coisas designado pela proposição.

Toda a organização da linguagem apresenta três figuras da superfície metafísica ou transcendental, da linha incorporal abstrata e do ponto descentrado: os efeitos de superfície e os acontecimentos; na superfície, a linha do sentido imanente ao acontecimento; sobre a linha, o ponto do não-sentido, não-sentido da superfície co-presente ao sentido (DELEUZE, 1974,p.186).

Estes efeitos, ao aplicarem nas manifestações de junho de 2013, se apresentam, quando os sujeitos na avenida, ao mostrarem as diversidades de cartazes, indignações e reivindicações uma organização da linguagem.

Para Deleuze (1974,p.186) o verbo não representa uma ação. Este exprime um acontecimento e a linguagem se organiza em torno de elementos formadores determinantes do todo. Logo, se a linguagem não se forma progressivamente segundo a sucessão de um tempo exterior, não há de acreditar e a sua totalidade apenas só pode ser homogênea.

Independente dos elementos e apenas do ponto de vista do movimento, os nomes e a sua declinação encarnam a ação, enquanto os verbos e a sua conjugação encaram a reação. O verbo não é uma imagem da ação exterior, mas é um processo de reação interior a linguagem.

Conclui Deleuze (1974, p.187) que o verbo é a univocidade da linguagem sob a forma de um infinitivo não determinado, sem pessoa, sem presente, sem diversidade de vozes. Como na própria poesia, ao exprimir na linguagem todos os acontecimentos em um, o verbo infinitivo exprime o acontecimento da linguagem, esta como sendo propriamente um acontecimento único que se confunde agora com o que a torna possível.

3.1 A linguagem indireta e as vozes do silêncio¹

A língua é feita de diferenças sem termos. Os termos são engendrados apenas pelas diferenças que aparecem entre eles. A língua é aprendida e, nesse sentido, é realmente obrigado a ir das partes ao todo e os progressos ocorrerão menos por adição e justaposição do que pela articulação interna de uma função já completa a sua maneira (MERLEAU-PONTY,2006,p.40).

¹ Menção ao capítulo do livro "Signos" de Maurice Merleau-Ponty ao tratar sobre as linguagens,p.39.

Para Merleau-Ponty (2006,p.42) a cultura nunca oferece significações absolutamente transparentes e a gênese do sentido nunca está terminada. Sempre é possível lidar com as arquiteturas de signos que datam o saber e não pode ser posto a parte.

Ao pensar na linguagem, se a relação lateral do signo com o signo que torna ambos significantes, o sentido só aparece na intersecção e no intervalo das palavras. É algo que é proibido conceber costumeiramente a distinção e a união da linguagem e de seu sentido. Se o signo só quer dizer algo que se destaca dos outros signos, seu sentido está totalmente envolvido na linguagem e a palavra intervém sempre sobre um fundo de palavra e nunca é uma dobra no imenso tecido da palavra.

Há uma opacidade da linguagem para Merleau-Ponty (2006,p.43). Esta não cessa em parte alguma para dar lugar ao sentido puro e nunca é limitada senão pela própria linguagem e o sentido só aparece engastado pelas próprias palavras. Como a charada, que é compreendida mediante a interação dos signos ao serem considerados equívocos ou banais e apenas reunidos adquirirem sentido.

Muito mais que um meio, a linguagem é algo como um ser e consegue tornar alguém presente para nós. Um exemplo é a palavra de um amigo no telefone que dá a ele próprio como se estivesse inteiro na maneira de interpelar e terminar as frases e caminhar pelas coisas não ditas. O sentido é o movimento total da palavra e por isso o pensamento demora-se na linguagem. (MERLEAU-PONTY, 2006,p.43).

3.2 A Relação entre o significante e o significado

Se a palavra é comparada a um gesto, o que está encarregada de expressar terá mesma relação com o alvo tem com a sinalização e as observações sobre o funcionamento do aparelho significante já envolvem uma teoria da significação expressa pela palavra.

Para Merleau-Ponty (2006,p.96) a significação anima a palavra como o mundo anima o corpo por uma surda presença ao despertar as intenções sem mostrar abertamente diante delas. A intenção significativa não é no momento

em que ocorre, mas é um vazio determinado por palavras ou o excesso daquilo que já foi dito.

As significações da palavra são sempre ideias no sentido kantiano, os polos de certo número de atos de expressão convergentes que magnetizam o discurso sem serem propriamente dados isoladamente. Por não ser total, a expressão e a noção de subentendido deve ser rejeitada.

A junção entre a palavra e a significação para os sujeitos falantes trata-se de uma junção, uma operação secundária para comunicar os pensamentos e a aquisição de significações que se fazem presentes surdamente.

Ao expressar para o sujeito falante é tomar consciência. Não é apenas expressar-se para os outros, expressa para saber o que se visa. Se a palavra encarna uma situação significativa e não passa de um certo vazio, não apenas recria no outro a mesma carência, a mesma privação, mas também para saber que há carência e privação.

Na compreensão da significação que se instalou no ser, Merleau-Ponty (2006,p.97) define acerca do pensamento:

[...] diz um pensamento é expresso quando as palavras convergentes que o visam são bastante numerosas e bastante eloquentes para designá-lo sem equívoco a mim, autor, ou aos outros, e para que tenhamos todos a experiência de sua presença carnal na palavra.

Logo, as consequências das palavras, como as da percepção ultrapassam sempre as suas premissas. Para quem profere a mensagem, este não sabe necessariamente melhor o que se expressa do ouvinte. Este sabe uma ideia quando se instituiu no ser o poder de organizar em torno dela os discursos que faz sentido coerente e este poder não se deve ao fato de possuir em si e contemplar a palavra face a face, mas ao fato de adquirir certo estilo de pensamento (MERLEAU-PONTY, 2006,p.97).

4. Narratividade Midiática

Para tratar sobre uma operacionalidade textual é preciso descrever um imaginário conectado por algo diferente. Em vez de intensos investimentos, dispêndio de recursos, como os grandes conglomerados, a colaboração foi a palavra da vez.

Daí, os inúmeros coletivos foram formados, com suas identidades coletivas e uma produtividade focada na produção de conteúdos de forma colaborativa.

Com isso, reforça-se a lógica das redes, ao formar uma sincronia e integração entre os indivíduos. Na compreensão de Deleuze e Guatarri (1995), há um agenciamento coletivo de enunciação e este faz multiplicidade em meio a essa operacionalidade narrativa.

Entre os níveis linguísticos, tanto da apelatividade publicitária quanto ao chão das vias, assemelhada a um jogral se contrapõe ao uso de carros de som e dos tradicionais palanques (SECCO, 2015, p.172).

Em vez da tradicional cultura da mídia, operacionalizada pelos conglomerados, onde esta constrói, inventa e institui determinadas identidades, há uma apropriação social (AQUINO BITTENCOURT, 2015, p.329) e esta se expande ao longo de uma organização social e apresenta uma nova dinâmica.

Enquanto uma mídia tradicional concentra apenas na discursividade ambivalente, com uma cobertura rasa nas notícias, distante e apenas pareando com a voz oficial, essa nova construção apresenta uma diversidade, o jovem como manifestante e produtor de conteúdo.

Alguns veículos tradicionais, para Barbosa (2016), descreve a atitude dos jovens como vândalos e baderneiros. É uma visão tradicionalista, reducionista para pessoas insatisfeitas com a mornidão e a falta de afeto de um Estado por seus habitantes.

Rotular seja muito confortável diante de inúmeros posicionamentos. A mídia de massa e dos conglomerados mudou o olhar ao verificar a atuação da Mídia Ninja, especialmente dos jovens ao pautar a Grande Imprensa, com informações das ruas.

A estereotipização da mídia tradicional deu lugar a um novo olhar. Em vez de olhar o jovem apenas como baderneiro, vândalo e demonizar as atitudes, os conglomerados tradicionais passaram a ser pautados pelos “rebeldes sem causa” denominados por um importante revista semanal.

4.1 Convergência e difusão

Em vez de um jornalismo líquido, construtor de discursos de medo, modelizador de comportamento e produtor de uma narratividade operacional, conforme conceituado por Guatarri (1997, p.108) há uma transformação na forma de produção e circulação de informações sobre os protestos.

Assim, há um enfrentamento diário entre conglomerados midiáticos e comunicadores independentes. Em vez dos minis estúdios móveis, antenas e quatro ou cinco pessoas na equipe, há um celular, um notebook e uma bateria para carregar os equipamentos portáteis.

Conforme Aquino Bittencourt (2015, p.332), há uma conjuntura social e uma política resultante e impactada por conteúdos de diversas origens e ao serem espalhados pelas diversas redes ao sofrer apropriações para definir alguns rumos dos acontecimentos.

Há um modelo híbrido de comunicação Aquino Bittencourt (2015, p.332, apud Ford e Green, 2013) e este mistura forças tanto de cima a baixo e estas determinam a operacionalidade das mensagens e como estas serão difundidas pelas diferentes culturas e as diversas formas como o boca a boca e o compartilhamento.

Ao adquirir organicidade a partir das informações, este híbrido ressignifica os fluxos e compõe os fluxos de conteúdo sobre os protestos e as mobilizações. A quantidade de produções de conteúdo contribui para a contribuição para um processo de convergência e este extrapola o nível técnico.

4.2 Mananciais da Instabilidade e do ódio

Entre a insatisfação com a deterioração dos serviços públicos nas áreas urbanas, confrontos entre agentes públicos de segurança e grupos minoritários e o Estado endividado sustentado por empréstimos em uma lacuna dupla de controle deságua no linchamento virtual.

Por outro lado, o medo do inimigo cresce, especialmente entre os estamentos elitistas e conservadores em defesa da “família tradicional brasileira”.

Conforme Fernandes (2015, web) as manifestações de 2013, perderam o sentido diante do preconceito e da desinformação – a maioria dos manifestantes desconhecem a história do país e a realidade da situação econômica da época. E os fundamentos ficaram ausentes e sem uma discussão sólida para dar vazão a um fazer político eficiente.

Fora as reivindicações perdidas, xingamentos pessoais, prática da misoginia a presidente Dilma, então chefe de governo da época, e toda a hostilidade dos manifestantes, ao ganhar voz nas jornadas de 2013 e solidificando o discurso machista brasileiro.

No conjunto da rede social, a violência encontra-se imbricada nas relações de poder. Os discursos de ódio, proliferados, produzem ininterruptamente as formas de ser brasileiro e modelam maneiras de se manifestar e se relacionar (REGIS DUARTE; KIND DO NASCIMENTO; IÑIGUEZ-RUEDA, 2018, p.94).

Há uma concepção maquínica em oposição a estrutura. Ao ser associada a um sentimento de eternidade, há uma engrenagem abstrata e autopoietica criadora de sujeitos em um período de cruzamento de componentes engajados em um processo de heterogênese (GUATARRI, 1997, p.71).

É uma alternância de gerações e multiplicadora e produtora de discursos conservadores. Ao mesmo tempo reduzem a atuação da mulher e para confundir os receptores, tocam em pontos sensíveis das vozes ativas ao referenciar a parentes e seus ensinamentos a ponto de intimidar e afetar negativamente a discursividade ativa feminina.

Esses elementos apenas reforçam a hostilidade brasileira, tanto de homens quanto de mulheres. Estas atitudes preconceituosas, carregadas de ódio e medo, formam voz nas manifestações de rua e nas redes sociais.

A carga binária é presente até no presente momento. O discurso de medo travestido de ódio, modelado por uma polarização de valores – volta a ditadura, defesa da família, misoginia, “Deus acima de tudo” – torna-se apenas uma indignação seletiva e sem fundamento. Portanto, é uma escolha micropolítica (GUATARRI, 1997, p. 81).

Considerações Finais

Contudo, há um direito a voz e um excesso de palavras. No ultrapassar dos limites, a linguagem passa a adotar um recuo do presente por meio de uma ação e esta considera os pares e o possível entorno ao permitir o inesperado no ato político.

Porém, é um princípio produtivo com um discurso introspectivo em meio a um proferimento de palavras com valores dirigido a própria pessoa, em uma solidão absoluta. Por ser um bem para a coletividade, trata-se de uma partilha do sensível, ao referenciar em Rancière (2005) por ser um sistema de evidências de um comum e dos recortes e neles definem lugares e partes respectivas.

Portanto, a cidade torna-se o principal local da reprodução da força de trabalho e há a necessidade de um contingenciamento afetivo por ser um acontecimento único que se confunde agora com o que a torna possível.

Todavia, há uma mudança de olhar, especialmente da mídia de massa e dos conglomerados ao verificar a atuação da Mídia Ninja, especialmente dos jovens ao pautar a Grande Imprensa, com informações das ruas.

Entretanto, ao ressignificar os fluxos sobre os protestos e as mobilizações, a quantidade de produções de conteúdo contribui para a contribuição para um processo de convergência e este extrapola o nível técnico.

Portanto, os xingamentos e as insatisfações preconceituosas contra as líderes femininas apenas reforçam a hostilidade brasileira, tanto de homens quanto de mulheres.

Referências

- AQUINO BITTENCOURT, M, C. As narrativas colaborativas nos protestos de 2013 no Brasil: mediação do ativismo, espalhamento e convergência. **Chasqui. Revista Latinoamericana de comunicacion**, n. 129, p.325-343, ago./nov. 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16057397020> Acesso em: 21 jun. 2021.
- BORGES FONTANETTO, R, M,; BEZERRA CAVALCANTI, C, C. A cidade em narrativas: jornalismo tradicional e cidadão. **Chasqui. Revista Latinoamericana de comunicacion**, n. 131, p.349-362, ago./nov. 2015. Disponível em: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/160/16057385027/html/index.html> Acesso em: 21 jun. 2021.
- CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança**: movimentos sociais na era da internet São Paulo: Ed. Zahar, 2011.
- DELEUZE, G. **Lógica do sentido**. São Paulo: Perspectiva; Editora da Universidade de São Paulo, 1974.
- DELEUZE, G.; GUATTARI, F. **Mil Platôs**: Capitalismo e Esquizofrenia. São Paulo: Editora 34, 1996. v. 1.
- FERNANDES, K.M. **As manifestações que desvelam o ódio e a desinformação por trás da indignação**. Núcleo de Direitos Humanos – Universidade Vale do Rio dos Sinos.2015. Disponível em: <http://unisinos.br/blogs/ndh/2015/03/17/as-manifestacoes-que-desvelam-o-odio-e-a-desinformacao-por-tras-da-indignacao/> Acesso em: 24 jun. 2021.
- FONTANETTO, Renata Maria; CAVALCANTI, Cacília Carrosini Bezerra. A cidade em narrativas: jornalismo tradicional e cidadão durante as 'Jornadas de Junho' de 2013 no Brasil. **Chasqui. Revista Latinoamericana de comunicacion**, n. 131, abr./jul. 2016. Disponível em: <http://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/viewFile/2554/2752> Acesso em: 21 jun. 2021.
- GUATTARI, F. **Caosmose**: um novo paradigma estético. São Paulo: Ed. 34, 1992.
- MARX, K. **Liberdade de Imprensa**. Porto Alegre: Editora LP&M, 2006.
- MERLEAU-PONTY, M. **A Prosa do Mundo**. São Paulo: Cosac & Naify, 2002.
- RANCIÈRE, J. **A partilha do sensível**: estética e política. São Paulo: EXO Experimental; Ed. 34, 2005.

RANCIÈRE, J. **O desentendimento** – política e filosofia. São Paulo: Editora 34, 1996.

REGIS DUARTE, K.; KIND DO NASCIMENTO, L.; ÍÑIGUEZ-RUEDA, L. El dispositivo de violencia en los discursos de odio en torno a las manifestaciones brasileñas. **Revista de Estudios Brasileños**, [S. l.], v. 5, n. 9, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/reb/article/view/144458> Acesso em: 24 jun. 2021.

ROLNIK, R. As vozes das ruas: as revoltas de junho e suas interpretações. In: HARVEY, David. **Cidades Rebeldes**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2014.

SANTOS, G. S.; CUNHA, M. G. C. “Não é por R\$ 0,20, é por direitos”: dinâmicas de insurgência nas jornadas de junho 2013 no Brasil. **Revista Caminhos de Geografia**, Uberlândia, mar. 2019. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/view/41006> Acesso em: 13 jun. 2021.

SECCO, L. As jornadas de junho. In: HARVEY, David. **Cidades Rebeldes**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2014.

BURNING MAN FESTIVAL: SURFANDO UTOPIAS NA HISTÓRIA DE UMA IDEIA SOBRE NEUROCIÊNCIA DO CONSUMO

Ludmila Martins Naves*

1. A escolha da prancha mítica

Antes de fazermos o nosso convite-leitura a esse surf em um mar de mitos, ressaltamos que o presente capítulo possui um tom de voz ensaístico e por assim ser, a escolha da prancha mítica é importante e escolhemos a Prancha Arquetípica para que as ideias deslizem desde a profundidade do oceano mítico ao deserto arquetípico de *Black Rock City*¹ onde acontece o festival *Burning Man*² em Nevada, EUA.

Considerando a mitologia um sistema existente na cultura, o ensaio tem como objetivo deslizar por ondas do conhecimento mítico. Nesse mar de ideias, ao escolher ondas materiais vindas da internet e ancoradas de modo empírico nos estudos de Shister (2019) no sentido de surfar um Ritual Radical, o tom de voz do festival ecoará como utopia, capaz de transcender por gerações.

Entretanto, a cristalização da utopia não está no utopismo de Thomas More (2017, p.201) como o autor refere-se a ideia de utopia como república em que descreve a república em um tom de voz elogioso como se fosse a melhor e como se esse pensar crítico sobre utopia fosse o mais correto, embora o autor estivesse descrevendo um lugar imaginário dentro de uma ilha, mas; “todos os lugares onde se fala sobre o interesse público, apenas se cuida do privado; enquanto, em Utopia, onde nada é privado, eles se ocupam com seriedade dos negócios públicos, com proveito para todos.”. More ilustra sua ideia a respeito do utopismo não somente da utopia porque

* Ludmila Martins Naves: Mestra em Letras pela PUC-Goiás, e no momento encontra-se, em transição acadêmica e profissional. E-mail: up.ludmartins@yahoo.com

¹Black Rock City: cidade sede do festival:

<https://www.archdaily.com.br/br/892901/construindo-o-burning-man-os-desafios-arquiteticos-para-criar-uma-cidade-no-deserto>

² Burning Man: <https://burningman.org/event/>

a utopia está além do significado de ilusão e direcionamento unívoco para um pensar criticamente. E é esse tom de voz da utopia e essa forma de se consumir a ideia de coletividade que todos os anos, pessoas do mundo inteiro se programam para se encontrar no festival.

Burning Man por um lado poético é uma ilha no sentido de se pensar o próprio humano em transformação e em experiência do ato de transcender-se a si mesmo, no entanto, é um lugar física, embora possua também a formação imaginária para com essa sociedade que se forma durante o evento em busca da história de uma ideia que se inicia com o Movimento Hippie no final da década de 1960 e atravessa gerações nas mais variadas formas de consumo.

No consumo dessa utopia encontramos a ideia de coletividade descrita por, More (2017) a utopia como uma ilha socialista, a república, e isso é utópico segundo o autor. Porém, o festival surge a partir de uma insubordinação jovem e ideológica, no tom de voz da contracultura, se colocando além das escolhas pessoais de cada um que queira experimentar a utopia capitalista proposta no evento. Isso acontece porque o evento surge dessa condição extra ideologia, a utopia de transcender surge naturalmente entre amigos que independente de suas crenças e posicionamentos sociais tinham um mesmo ponto de contato, a ideia de transcendência e isso também é resistência a todos os valores que a muitos pensadores, ficam à deriva dessa ideia proposta pelo festival.

Entanto, a resistência acontece exatamente por isso, nessa condição de produção em que a natureza de formação da ideia *Burning Man* importa mais do que as amarras socioculturais e históricas que os participantes tenham. Pois, para se alcançar o ato de transcender-se a si mesmo é como se permitir surfar ondas em um mar de ideias do pensar criticamente, ou seja, se desconstruir com essa utopia para se reconstruir, mesmo que em resgate da própria ideologia.

Utopia, porque a ideologia ainda que a mesma, carregará consigo as impregnações da transcendência do indivíduo independente dessa experiência ter se cumprido às expectativas de cada pessoa.

Por assim ser uma experiência em que a linguagem meio a coletividade e a busca por uma transcendência do ser e em meio coletivo, é uma linguagem constituída no estado natural e em uma narrativa social e histórica; entramos por um portal da linguagem expressa verbal e não verbal para compreender a história de uma ideia nesse festival.

Pensando, o signo constituído de ideologia porque contrário a esse pensar crítico, seria se deparar com o oposto do que ocorre com o festival e a hipótese é que não haveria encantamento a partir dessa ideia de transcender coletivamente, logo não teriam desenvolvido novas formas de consumo do festival que segundo Neil Shister (2019) nasceu em uma praia entre amigos e ganhou proporções maiores ao longo dos anos.

Avistando um túnel radical ao surfar esse festival que acontece em um deserto, o pesquisador de fenômenos culturais Shister (2019, p.3) diz que; “vamos encontrar nessa *aventura* o que ninguém nos contou sobre ela”, então, ele ressalta que de acordo com estudos de *Joseph Campbell*³ o arco ou para nós, a grande onda, forma quando uma pessoa aparentemente comum decide criar o *Burning Man*. Deslizando então, pela jornada de herói de Larry Harvey⁴, que é o criador do festival e a pessoa comum com uma história a qual trouxe a esse ensaio a ideia de uma junção literária e imaginária a partir dos elementos:

terra + água. Pois, trazer o elemento terra referente ao território onde o autor do festival morou quando teve a ideia. São Francisco, é ao mesmo tempo um tecer-se, da fenda imaginária que o festival *Burning Man* passou a ser, sendo instalado no deserto, lugar imaginário e/ou físico, onde o fenômeno estrutural e cultural Black Rock City abriga uma utopia compartilhada com o mundo.

³ Joseph Campbell, *The Hero with a Thousand Faces* (Princeton University Press, 1968), p. 30., citado por Shister (2018).

⁴ Larry Harvey: um herói do movimento de contracultura, criador do festival e idealizador do Jornal Burning Man: <https://journal.burningman.org/tag/larry-harvey/>

Posto que seja saber coletivo, o fato de que São Francisco se relaciona com precipitações naturais da terra, eis, então, para o tom de voz que entona a história dessa ideia *Burning Man* neste ensaio que; *desterritorializar* o festival para um deserto foi uma forma de representar como o imaginário coletivo pode ser deslocado independente do elemento terra. Nesse sentido, em vez de criar um ponto de contato que fosse fixo entre esse recorte cultural e a neurociência, o ensaio trouxe para a análise mítica o elemento água que até então, é comum de ser encontrado entre *desconstruções entre artes*, e aqui pressupomos ser esse ponto de contato em aderência deslizante para com o imaginário e claro, às nossas reflexões científicas, surfando poeticamente a ciência dos mitos.

Retornando à areia, pois, surfistas não passam todo o tempo dentro do mar, a prancha fincada na areia e um alívio ou uma diminuição da adrenalina?

Seja como for, a ideia é que esse *devir seja a presença da utopia*, e para Gregory Clayes (2013) ela é a história de uma ideia, sendo que a ausência da história de uma ideia, portanto, a distopia, a falta ou para nós que surfamos, os bancos de areia que de repente, são fendas nesse mar de ideias.

Em terreno arenoso, compreende-se, o discorrer de More (2017) sobre a ilha (imaginária) ou melhor informando, a obra *Utopia*. Na obra, o autor indica uma oportunidade de surfar pelo mar mítico com ondas leves, porque é uma forma de ouvir como ecoam ruídos no mar dos mitos. Considerando a ideia e conceito de utopia de More como um ponto de contato fixo, terrestre, ainda que poeticamente, neste ensaio o fixo venha do elemento areia.

Utopias à vista é o que podemos dizer enquanto surfamos em alto mar ou quando fincamos a prancha arquetípica nas areias da praia dos mitos.

2. Ancorando no Sistema Mitomarcário

O Homem do Fogo, tradução nossa para *Burning Man*, é criativamente também uma metáfora para sinalizar o que Joseph Campbell (2013, p 15) disse ser as “inexauríveis energias do cosmos” e é exatamente o que o fogo da nossa fogueira nas areias da praia iluminou para todos: os mitos, o *Burning Man*. Nesse sentido, a história da ideia que vamos contar envolta da luz ao escurecer nossas ideias se pressupomos o que então, são as utopias para o Sistema Mítico, é também a história de uma ideia a partir do mito criado até então, *Burning Man*, sendo assim, um festival de artes e cultura.

Este, tem se tornado um marco, uma marca que se posiciona como a grande distopia do universo das marcas por não se assumir como *marca* em uma narrativa incentivadora do consumo. Desse modo, por não aceitar no evento o tom de voz da publicidade materializado através das marcas, mas que não deixam de estarem na Black Rock City.

É possível sim, identificar marcas no *Burning Man*, porque o movimento de contracultura que transcende com a utopia do festival não se apropria do poder de retirar as marcas presentes na história de cada uma das pessoas que participam e representam marcas por exemplo, por meio de símbolos ou mesmo da representação estética de seus valores e ideologia.

Aquecendo as ideias entorno da luz com estudos do Prof. Hertz Wendel de Camargo (2013, P. 193) eis, a faísca que estrutura essa história por meio da memória, pois: ‘são formas de interpretar os conhecimentos tácitos da cultura, presentes em nossos olhares de espectadores e de produtores de imagens audiovisuais, conhecimentos que nunca paramos para refletir sobre como estão dentro de nós.’

Esse pensar de Camargo é sobre interpretações diversas que surgem no cinema, em textos e para este ensaio, entendemos que surgem de uma utopia, ou seja, da história de uma ideia, o Homem do Fogo/Burning Man.

Por esse prisma mítico, elencamos mais olhares do autor para entender como um festival que foi criado em borbulhas restantes da década de 1970 em meados dos anos 1980, são utopias restantes e ainda atravessam gerações. Considerando que o evento acontece em Black Rock City, sendo

desde então, um fenômeno cultural, o qual tem sido também um sistema de utopias (?); as quais são possíveis de serem investigadas (?); se fincar *pensar mítico* a partir dos Sistemas desenvolvidos por Prof. Hertz (2020, p. 4) e sendo de acordo com Hertz, o Sistema Mítico formado por: mito, narrativa, ritual, tempo, totem, magia, arquétipo. E o Sistema Mitomarcário: marca, storytelling, experiência de consumo, atenção e interesse, imagem e identidade, transformação, conexão espiritual.

Analisando os sistemas, temos no Burning Man que, a utopia no sentido de ser a história de uma ideia, nasce de uma não utopia capitalista, ou seja, de uma distopia que é a ausência do utópico *no sentido* da ausência de moedas.

Pressupondo então, neste ensaio, ser a utopia a responsável por fazer diferentes tipos de conexões e correspondências entre os sistemas, porque ela é também o que acontece entre a falta da história de uma ideia e a história de uma ideia e no entre meio dessas, existe a conexão, existe a transcendência.

Portanto, eis, a utopia no sentido de ser uma *entopia*, ou seja, o que está entre a distopia e a própria utopia em si, pressupõe-se, que a sua essência formando o utópico seja capaz de conectar meios e narrativas, pessoas e coisas, ciência e meios empíricos, política e ideologias, pensamentos críticos e sociedades, marcas e consumidores.

Além disso, propondo que a utopia tem a função de ser na literatura; *transcendente*, e considerando que a literatura é composta de narrativa como a publicidade, então, a utopia pode ser analisada no comportamento de pessoas que vão ao festival *Burning Man* em busca de uma evolução, em busca por transcender ao ser e ao estar humano, embora sejam pessoas que visam uma diminuição do consumo e pessoas que se comportam como personagens de si mesmas no festival porque ao estarem em busca de uma (des)construção de quem são, podem ser tidas nesse intervalo de tempo como personificações de quem realmente são (?) e essa como outras questões surgem ao pensar criticamente a utopia e o consumo do e no festival *Burning Man* como se assim, fosse um surfe no mar de ideias do utópico entre:

utopias, entopias e distopias. Sendo essa essência, a utopia atravessada por mitos, por um desejo de consumir algo material e/ou imaterial, é transcendente, e é capaz de percorrer tempos-espacos, produzindo (novos) sentidos.

Pensando criticamente a poética dos acontecimentos no festival, é fato materializado o que Clayes (2013, p. 113) contribui explicando ser a *utopia* “Cidades Ideais”, pois, de acordo com o autor a conexão histórica se inicia nas cidades medievais e transcende até as cidades modernas. Pode ser entendida como um tom de voz da transcendência psicodélica, artística e cultural que há no evento. O autor propõe que; “o século XVIII testemunhou uma variedade de tentativas de inovação arquitetônica”, estas, as famosas salinas edificadas na década de 1770 compreendendo uma grande cidade circular na qual se entrava por um portão demarcado, onde existia uma diretoria centralizada e uma igreja com vista para as instalações de produção.

Imaginando essa utopia e parte do mito de Atlântida, temos que a moradia dos trabalhadores era iluminada à noite e esta, se localizava próxima de pomares e hortas criados em comunidade assim como acontece no festival quando as pessoas acampam com amigos ou em pequenas tribos.

Considerando a linguagem poética presente na essência da utopia, bem como na estrutura dos mitos, compreendemos que para o imaginário coletivo a utopia perpassa, possivelmente, a conexão proposta por Camargo (2020, p. 4) “Sistema Mítico: arquétipo correspondendo-se à conexão espiritual no Sistema Mitomarcário”; ou seja, os arquétipos que podem ser verificados na poética do festival, especialmente, do evento da queima de estruturas edificadas como mostra Peter Ruprecht (2016) ⁵ em seus trabalhos, é literariamente e em sua crítica, correspondentes à conexão espiritual.

Pois, para entendermos melhor a utopia em desconstrução, refletimos sobre Clayes (2013) que descreve com seus saberes sobre a história de uma ideia, a imagem das cidades ideais por meio das utopias em edificações imaginárias como se essas se tornassem muros sociais.

⁵ Peter Ruprecht (2016) : www.culturafotografica.es

A partir dessa ideia do autor, temos que Black Rock City se opõe a ideia de círculos murados, ilhas da utopia e ao mesmo tempo, sendo também a história de uma ideia, sendo um lugar no meio do deserto que por vezes ocupa seu papel de lugar imaginário e todos os anos por causa do festival, (des)constrói como um lugar imaginário e físico.

A cidade imaginária do festival instalada no meio do deserto, sem a demarcação de uma porta para entrar, sem a instalação de um templo para que a religião cumpra o seu papel de adoração e com a formação imaginária e social mesmo que por um tom de voz temporário, é o ruído cultural sobre a formação da comunidade *Burning Man*.

Festival como uma *Comuna*, a qual também é a magia envolvente e que movimenta toda a ideia desse festival, sendo esta, utopia e mito midiático, presentes na história que para muitos acreditem ao se absterem por uns dias do consumo de marcas, bem como dos valores em um mundo capitalista e codificado com ideologias (não) coletivas.

Imaginamos, a chama escura do anoitecer em um deserto iluminado por cores que contam a história humana através de outras histórias humanas, e histórias que se cruzam com diferentes conexões, sendo estas míticas ou utópicas, acontece um fenômeno que nasce no sentido de uma contracultura, a transcendência, ou seja, a capacidade de histórias e ideias com histórias serem transcendentais.

Pressupondo assim, ensaiamos que o fato de festival ter se tornado um *fenômeno sociocultural*, é uma característica deste no universo do consumo (?) e assim, possui essa característica transcendente e traz não somente à cultura Norte Americana um Sistema de Utopias. Sendo a arte como parte do rito de passagem presente no tempo-espço que compõe a história de uma ideia, sendo essa a Utopia Humana norteadada por um *dever* para cada participante e consumidor do festival como partes de uma só existência.

Seria o ancorar em forma de magia a experiência *Burning Man*?

3. Surfando um Sistema de Utopias

Pensando de forma crítica e entregues às reflexões pelo movimento das poéticas e mitos que estruturam a *história dessa ideia*, há uma inquietude com a questão: *you would go to a festival without knowing which band would be playing?*

Sinta-se à vontade se respondeu *sim*, porque a ausência dessa *narrativa do set list de bandas* e ao mesmo tempo sendo um evento categorizado como tantos outros são: *um lugar onde as pessoas vão ao encontro da arte e música na ânsia de assistirem a uma banda*, eis, o sentido de uma *Utopia Burning* que surge exatamente com a falta, a ausência da história de uma ideia (material) do *set list*. Por conseguinte, transcender entre mitos que circulam nesse espaço, seria como escrever nas areias do deserto de Rock City a história sobre uma ideia, a ideia de ser Burn (Quentinho), ou seja, a ideia de aconchego meio à um ambiente de (des)construção, sendo esse ato de desconstruir-se, iniciado com a decisão de ir a um evento onde você não sabe qual o *set list* (?); onde você não se desloca para consumir uma banda de arte ou uma exposição de arte ou uma apresentação artística no primeiro plano de sentido, onde você é a própria personificação da arte através de quem você realmente é e/ou quem você gostaria de poder ser em uma sociedade presente em seu cotidiano.

Burn (Quentinho)! Assim, adjetivando esse fenômeno sociocultural em análise, aquecemos a nossa investigação nessa narrativa midiática que traz um tom de voz tecido por ruídos que ecoam de produções do sentido antropológico ao cibernético. *Quem sabe as marcas respondam sobre não viverem o festival?*

Shister (2018) discorreu sobre o mito *Burning Man* transcendendo como marcas da subjetividade humana a partir do consumo do ser (mais) humano, bem como marcas da sobrevivência humana meio ao deserto Humanidade. Por essa interpretação, percebemos o rito de passagem sendo um ritual radical em que são encontradas utopias com suas respectivas narrativas: *O Cavalo de Troia, A Contracultura, Em busca do Sonho Perdido*, dentre outras

as quais podem ser interpretadas a partir de suas respectivas produções míticas.

Entre meios dessas histórias, Campbell (2019) corresponde com o saber acerca do poder que existe nos mitos e Claude Zilberberg (2011) com estudos a respeito de elementos que são componentes da semiótica tensiva, ou seja, a semiótica mediada por tensões da poética. Sendo esta, uma relação de tempo e espaço por onde acontecem movimentos de transcendência, eis a questão de que as poéticas sejam consideradas como utopias para essa análise mítica. Para tanto, pressupõe-se que ao serem pensadas a partir dos Sistemas propostos por Camargo (2020) Mítico e Mitomarcário, há como se deparar com reflexões iniciais a respeito de pontos de conexão e o poder dos mitos. Refletindo assim, eis uma forma de pensar criticamente sobre transcendência e estruturas de significação para com o imaginário social e seus ecos/poéticas.

Ecos em um amanhecer, após uma noite aquecida por uma fogueira de ideias, na praia dos mitos o Sol volta a brilhar como em uma manhã onde as pessoas que acampam em *Black Rock City* durante dez dias do festival. Pois, a rotina presente no festival em estudo, acontece por uma utopia do ser e estar a uma proximidade maior do *sentido de humano* por se distanciar-se do consumo e assim, durante os dias de acampamento no deserto são estabelecidas trocas em vez de vendas e compras de produtos. Assim sendo, é possível pensar que a experiência *Burning Man* é propositalmente experienciar a magia rupestre e pôr em contato o homem com a sua condição *Homo sapiens*, ou melhor dizer, de *humano sábio*, vez que são por meio dessas condições de trocas de fazeres e/ou produtos a serem oferecidos, que pessoas se reúnem e vão ao evento em pequenos grupos ou grupos maiores, entanto, com a mesma dinâmica ideia de irem para aprenderem sobre a transcendência do ser e estar em comunidade de uma forma utopicamente liberta da ideia de consumo.

Surfando a utopia *Cavalo de Troia*, Shister (2018) surfa ondas com mitos vindos de uma narrativa histórica tal como o festival em sua delimitação em acontecer aberto, (sem muros embora exista o valor do passaporte/ingresso para quem quiser participar), em um deserto centralizado geograficamente em um presente lugar que é ícone e berço do capitalismo, os *Estados Unidos da América*.

Então, a junção de uma ideia mítica com uma ideia transcendente a essa ideia mítica, porque assim como Troia precisou romper com seus muros após ser invadida pelo cavalo, as pessoas que querem viver a experiência de serem e estarem mais próximas do sentido *humanas sábias*, se apropriam de uma utopia justamente por sentirem a falta dessa utopia em suas vidas fora do festival, ou seja, para entrarem no *Burning Man* que é um território que propõe experienciar a liberdade (humana) deixando do lado de fora muros humanos.

É preciso se desfazer das próprias amarras psíquicas, socioculturais, filosóficas e apenas se permitir a sentir e produzir (novos) sentidos a partir das trocas e renovação de valor e atributos a serem colhidos e compartilhados durante a jornada *Burn*, ou melhor dizer, durante a transição do seu próprio clima mais frio para o seu clima mais quentinho que poeticamente, aqui, consideramos ser o clima de cada um referente ao que temos e somos dentro do nosso coração. Ou em um saber sobre o imaginário coletivo, amanhecer em si, após caminhar em um estado noturno não somente do deserto Black Rock e sim, de si mesmo independente das convicções tidas até iniciar a experiência.

Assim como no início do surfe, vamos estruturando o nosso pensamento crítico com os primeiros passos e aderimos ao que Camargo (2020, p.4) traz como correspondência: no Sistema Mítico o Mito – se corresponde – a Marca no Sistema Mitomarcário. Isso pode ser observado inicialmente na entrada do festival Burning Man onde as pessoas se deparam com a percepção diferente de outros festivais por não conter naquele espaço geográfico do berço capital, a constelação de marcas, produtos e vendas como acontece, por exemplo, nas entradas de Circos ou mesmo de Cinemas, considerando, a

utopia capitalista das *Bombonières* e a sua impregnação para com a construção de marcas que se exibem nesses espaços poéticos da publicidade na entrada dos cinemas.

Zilberberg (2011) tece um diálogo acerca dos elementos com a função de promoverem a disrupção e a reinvenção de sentidos, ao nosso ver, e assim serem elementos tensivos para essa análise semiótica, mitocrítica e geográfica quanto ao imaginário social.

Para o autor, a *tensividade* corresponde aos valores, se a *intensidade* no sentido de (mito/utopia) regente; e a *extensidade* no sentido de (mítica/utópica) regida resulta-se em valências (lucros/utilidades). Zilberberg (2011, p. 66) relaciona que; “a tensividade é o lugar imaginário em que a intensidade – ou seja, os estados de alma, o sensível – e a extensidade – isto é, os estados de coisas, o inteligível – unem-se à outra.”. Porque para o autor, a autoridade do que é *sensível* sobre o que é *inteligível* se reforça, e isso significa que há um discurso simbólico condizente com formas de expressão quanto às condições de determinações *intensivas* ou *extensivas*; que estão em denominações no campo das ciências humanas, e estas, têm sido pensadas como as valências, atributos, utilidades, valores para com este campo do conhecimento.

Pressupomos, portanto, que a utopia perpassa por essa *tensividade* em sua forma de se mover-se, por transcendência, e nesse sentido, ao analisar a narrativa no Sistema Mítico de acordo com Camargo (2020) correspondente ao *storytelling* no Sistema Mitomarcário, eis, aqui, uma hipótese que esse *trânsito linguístico* seja atravessado não somente por arquétipos e mitos.

Considerando essa ideia e recorrendo ao relato de Valentin Volóchinov (2017) sobre a pluralidade das significações serem constitutivas por meio da palavra, observa-se que o discurso presente na utopia como história de uma ideia, rompe com a falta de consciência na materialidade narrativa/storytelling. E assim, indo ao encontro do que Volóchinov (2017, p. 230) afirma a respeito da significação: “é inseparável da situação concreta de sua realização. Essa significação altera-se em conformidade com a mudança de situação.”. Por vez, esse pensar crítico, compreende o consumo

de uma utopia no sentido de que a utopia está solúvel à significação, ou seja, está em movimento, perpassando a materialidade presente em uma narrativa/storytelling assim como pressupomos estar em *tensividade* ao analisarmos as utopias no festival Burning Man.

Para a crítica de Volóchinov (2017) o sentido plural das significações não se encontra em um estado de solidez, sendo este com uma pré-disposição a ser alterado por uma situação, ou seja, um evento (?) ou mesmo, pensar-se, isto, por partida das condições de produção em um dado momento narrado. Então, na cidade imaginária e materializada anualmente no deserto, Black Rock City, podemos pensar os sistemas de Camargo (2020) a partir da ideia e utopia presentes na experiência de (não) consumo do festival *Burning Man*.

Sendo assim, pensar criticamente o ritual vindo do Sistema Mítico em correspondência às experiências de consumo no Sistema Mitomarcário, é verificar no festival que em cada rito de transformação ainda que não exista a realização de compras e vendas dentro do festival, há uma ideia utópica a respeito do ato de consumir relacionado ao rito de passagem para cada participante, bem como para o ritual radical que o evento se propõe a ser.

Entanto, poeticamente, essas pessoas têm comercializado suas utopias de modo antropológico por trocas, escambos de atributos, valores e fazeres ou mesmo ao oferecerem algo para o meio coletivo no festival sem a expectativa de receberem materialmente algo em troca, mas em ânsia de receberem do universo o *up*, ou seja, uma potencialização das próprias utopias, satisfazendo, portanto, o próprio desejo pelo qual escolheram (consumir) essa experiência.

Em outras palavras, a utopia perpassando o tempo-espço do ritual para com a experiência do consumo, é como em conhecimento popular num estado de Nirvana, significando a todos o encontro com o fim do sofrimento humano. E por esse motivo, a maioria das pessoas buscam anualmente a experiência do festival e vivem a utopia capitalista da falta para com o consumo neste lugar, por esperarem que em um meio coletivo com a ausência do consumo em seu sentido popular de compra e venda, bem como da geografia e poética das marcas por todos os lados sendo

indicadoras de ideologias; elas consigam se encontrar em pluralidade onde a utopia é; sentir-se em um meio onde todas as tribos são igualitárias no sentido de receberem informações e compartilharem informações, formando assim, uma sociedade alternativa e utópico meio ao deserto de um terreno que é parte do berço do capitalismo.

E isso, independente de etnias, culturas, bens de consumo, ideologias, e de quem são esses participantes fora do festival porque ali, todos buscam a transcendência.

Shister (2019, p.174) em; *A Culture of Opposites*, em tradução minha, o tom de voz: Contracultura. Para o autor, a utopia de radicalidade presente no *Burning Man* nasce da ideia de oposições culturais, sendo essas oposições na cultura norte-americana, Contracultura. Para tanto, esse sentido trouxe a ideia de conectividade para com o coletivo, a pluralidade, a transcendência do ser mais humano e não somente estar mais humano.

Existe um desvelo para com o estado de autoria e a criatividade de cada participante durante a experiência, pois as pessoas se libertam para viverem e serem o melhor que conseguirem retirar de dentro de si mesmas nesse tempo. Pois, viverem o rito de passagem que está em associação com a experiência de consumo do festival, também é se encontrarem em um estágio temporal onde há a percepção para com a atenção que os participantes têm uns com os outros, consigo mesmo e em transcendência com a pessoa que eles acreditam se tornar pós-festival.

Shister (2019) ainda contribui com a ideia de que pessoas são indivíduos capazes de modificarem a cultura em que estão inseridas após viverem essa experiência e carregarem novas emoções. Assim, refletindo ainda relatos do autor (2019, p.199) sobre: *In Pursuit of a Utopian Dream*; que em minha tradução literária traz o tom de voz: *Em busca do sonho perdido*, pondera-se, como a utopia por sua vez possui um tom de voz contracultural no festival e uma expressividade onde podemos notar a presença de tensividades dessa história de uma ideia ao ser perpassada pela experiência. Ora, pois, torna-se fato, possível, para participantes da experiência que as condições físicas, psíquicas e do espaço.

Em consonâncias, seria como um cultuar do ser que habita em cada pessoa no festival (?) ao percorrerem as atividades, as trocas e permitindo o transcender naturalmente e antropologicamente. Ao se despirem não somente da materialidade do consumo e da moeda como âncora para com os próprios valores e atributos. Mas, passando a perceber em suma naturalidade a *moeda imaterial* que para muitos antes não era tátil e que se torna tateável a medida que a falta desta moeda converge para sobreviverem no festival. Sendo esta, a ideia *moeda imaterial*: a moeda da coletividade, bem como uma utopia primária de consumo por meio de escambos. Com base, em um tipo de utopia vinda de um sentido da contracultura, o Movimento Hippie, ou seja, a busca pelo sonho perdido na década de 1970.

Considerando, Camargo (2020) o totem como parte do Sistema Mítico é um correspondente a imagem e identidade no Sistema Mitomarcário e para esse pensar criticamente sobre utopia por meio do *Burning Man*, ao considerar as utopias como elementos capazes de perpassarem a história dessa ideia de um festival onde ocorrem diferentes e possíveis conexões humanas.

Eis, aqui um possível ponto de contato meio às conectividades que a experiência em questão, pode proporcionar não somente para os indivíduos durante o evento, mas posteriormente. E para isso, seria a utopia Burn, a ideia do acender-se em quentinho dentro de si mesmo, uma utopia sobrevivente para com a imagem do indivíduo no imaginário coletivo e sua identidade como ser social não somente durante o tempo e a sua participação no festival, e sim, em sua continua transcendência, em seu fazer como sujeito social pós-festival?

São pressupostos que partem de uma ideia totêmica de desconstrução a partir do próprio ser no evento, e uma conexão com o próprio ser a partir das mitificações que as pessoas se propõe a viverem durante o festival. As quais, são resquícios da utopia que transcende pelo totemismo existente na década de 1970 e que, possivelmente junto às noções de subordinações ideológicas do consumo no cotidiano, são encontradas entre diferentes vozes

que ecoam na publicidade, na cultura, na educação e entre artes pensando o *Burning Man*.

Por exemplo; o festival não faz restrições de tribos para participarem, desse modo, a ideia de um mundo mais sustentável independe, do sentido que as pessoas atribuem no primeiro momento às suas escolhas, por exemplo, do paladar: se no festival são encontrados acampamentos com *tribos* de pessoas que gostam de *bacon*, churrasco de origem animal à origem vegetal, e todas vão ao encontro da mesma ideia de transcenderem, conversarem e assim, há a conexão e utopia no ato de trocarem experiências sobre formas de se pensar criticamente.

Independente das escolhas que orbitam como uma utopia/ideologia (mais) pessoal, de modo que, politicamente, se uma pessoa *não vegana* se torna *vegana* pós-festival, é por uma decisão utópica, um sentido construído a partir de uma escolha natural e um ato e transcender nesse sentido, não por seguir e consumir um estilo/tribo e assim, se sentir parte de um meio.

A identidade e a imagem de cada participante aliadas ao desejo destes, importa no festival *Burning Man* por ser um lugar onde todas as pessoas que participam podem fazer (consumir) as suas próprias escolhas.

Sendo assim, a iconofagia é uma característica presente para com a magia, ou seja, a magia perpassa junto aos mitos e utopias e formação ideológica em ecos, a experiência de quem se permite viver o que o festival tem a oferecer. A magia atinge o seu sentido correspondente à transformação do indivíduo que não é levado a consumir e ser sem que seja por sua própria escolha e/ou experiência vivida no evento.

Talvez, seja importante pensar com esse raciocínio a relação de estilos de vida x consumo na sociedade atual, bem como isso tem impactado grupos e indivíduos e a utopia identitária: será que as pessoas têm realizado escolhas de consumo por vontade própria ou estão se propondo a fazer escolhas para se sentirem parte de um meio midiaticizado?

Qual o tom de voz da resistência em, por exemplo, grupos veganos?

Pensando que, se mais grupos fossem como no *Burning Man* onde as pessoas que não se veem como veganas, possuem um espaço ao menos para experienciarem esse sentido de poderem ser veganas, pode ser que mais pessoas fariam suas escolhas de forma mais amigável, por assim dizer, para com os animais.

Por exemplo; se diferentes grupos políticos, religiosos e outros tivessem a oportunidade de trocarem conhecimento e pensamentos críticos sem o tom de voz do julgamento, pressupomos dizer que o meio social se abriria para um sentido mais humano por meio da atividade da escuta e de uma discussão sobre pontos de vista que hoje são para muitos, imposições e por assim, serem considerados estão em oposição à ideia de serem socialmente e no universo do consumo pontos de contato (?).

Pois, muitas pessoas independentes de sua territorialização e cultura, não possuem a capacidade de terem e serem a consciência. Por isso, dar um passo *para trás* e discutir no sentido de ensinar essas pessoas a terem seus próprios pensamentos críticos, seria uma forma de educar coletivos. Claro que a *muito custo* porque *bandeiras sociais* como: homofobia, racismo, violência e outras, não deveriam ser bandeiras que ainda hoje devem ser ensinadas. Ainda mais, se pensarmos que estamos todos na era digital, era da informação.

No entanto, não deixa de ser uma forma de ruptura de preconceitos cristalizados na cultura e sociedade contemporânea. Portanto, é por meio de se propor experiências várias e ir ao encontro de utopias capazes de perpassarem dentre distopias várias que essa ânsia de educar coletivos há de ser uma forma social e crítica de mitificar, e ajudar a transformar pessoas para uma sociedade mais utópica, ou seja, marxista no sentido de coletiva a partir da atividade de pensar criticamente.

Em um mundo tão desigual, eis, então, uma forma da magia ser uma transformação por meio da *utopia capitalista do espelhamento*, porque assim como no *Burning Man* as pessoas que espelham em outras pessoas, passam a atribuir naturalmente em coletividade noções e reflexões críticas de quem

são, como são e de como podem ser melhores, principalmente, ao que podem transcender de hábitos de consumo e desconstrução de valores e atributos socioculturais em prol da sociedade (utópica) mais humana e menos desigual.

Para Camargo (2020) no Sistema Mítico temos o arquétipo sendo este correspondente à conexão espiritual no Sistema Mitomarcário. No Burning Man o arquétipo corresponde ao próprio homem em desconstrução, sendo cada um dos participantes independente do gênero, a conexão espiritual no festival é a experiência vivenciada durante a jornada de transcendência que o evento traz como utopia e o surfe que podem experimentar em um mar de mitos.

Na cerimônia de encerramento do festival, todos se reúnem em torno da representação simbólica do homem, uma estrutura criada para ser incendiada. Diante ao círculo de fogo da queima do homem, os participantes se deparam com a destruição de tudo que está puramente relacionado a materialidade e o sentido do ser enquanto matéria. Assim, a *conexão sensorial* com o espírito se encontra em consonância com o ato de transcender, se encontrarem, sentirem aquecidas, Quentinhas, aquecidas de corpo e alma meio à noite do deserto.

No entanto, Campbell (2013) considera a história de uma ideia de um herói primordial e herói humano a partir de um ciclo cosmogônico, a qual pertence a uma ordem cósmica universal, a conexão espiritual, não somente no sentido de transcender às ações dos deuses, mas também pelas ações dos heróis com o caráter humanizado, com características humanas.

Por esse prisma, para o autor se cumpre o destino do mundo. Por esse olhar, nota-se que assim como no festival em análise, essas transcendências não advêm, puramente de uma utopia criada pela falta da história de uma ideia, mas por carregar junto com essa falta e para com a transcendência da história dessa ideia, as camadas míticas que estão em meios sociais.

4. Considerações finais

Surfando um sistema de utopias nesse mar de histórias entrelaçadas e de correspondências míticas entre estruturas do Sistema Mítico e Mitomarcário criado por Camargo (2020) é possível pensar as utopias no sentido de histórias de uma ideia como refere-se, Claves (2013) ou no sentido da poética de uma ilha como imagina; More (2017) a partir da ideia e percepção de que a utopia é a ilha humana e parte da formação de um imaginário social/coletivo. Onde os indivíduos compartilham de um coletivo para serem reconhecidos por seus atos e escolhas igualitárias sem serem subordinados a um mapeamento de marcas e ao universo do consumo.

Ancorados à própria natureza humana, eis a ideia de estarem em uma ilha em terra firme, mas ilhas são constituídas também de um largo território de areias. Portanto, a ideia da utopia capitalista em relação ao esporte surfe é uma forma de atravessar o mar dos mitos, o pensar criticamente a utopia além da ilha e o mundo.

Sendo que, entre ondas do conhecimento nos deparamos com um túnel mítico ao surfar Campbell (2013) que contribui para pensarmos sobre a jornada dos participantes do festival, e fincamos a prancha nas areias de Zilberberg (2011) pressupondo o entendimento a respeito das utopias em transcendência. Há a contribuição sobre significação de Volóchinov (2017) propondo equilíbrio em nossa prancha para com o movimento das ondas no mar de mitos/utopias.

No entanto, como brisa leve que retorna do mar de ideias, areja-se, este pensar em tom crítico a partir de Gilbert Durand (2014) sobre a natureza dos arquétipos, sendo para essa análise os arquétipos presentes nos indivíduos e na experiência *Burning Man*. Bem como, no arquétipo principal em contexto, que é o arquétipo do *Homem em desconstrução*, a representação do homem humano que é queimada no encerramento da experiência no festival.

Constatando em Durand (2014, 380) que a descrição fenomenológica, ou seja, a experiência a partir de seu estado de consciência, dos conteúdos da imaginação sem interferência de metodologias, e sim a partir da natureza e ordem do experienciar algo, é constituída por “imperativos biopsíquicos, para a totalidade do trajeto antropológico”.

Por assim ser, surfamos esse mar de ideias e ancoramos em uma utopia viva, a história de uma ideia ao iniciar-se, na ausência dessa história de uma ideia, trazendo em si um sentido e um movimento de transcendência porque este, perpassa estruturas míticas no imaginário social e em meios coletivos.

Nesse sentido, a inferência sociocultural e imaginária experienciada por Shister (2019) é um arcabouço de utopias que perpassam as noções coletivas propostas pela utopia do festival. Desde a ideia de nascerem da falta de uma utopia presente, vindas de um sistema noturno de Durand (2014) que significa dizer que surgem da profundidade do humano em sua desconstrução e utopias já existentes nesse indivíduo humano, vindas de um estado diurno, que segundo Durand (2014) advêm de uma idealização heroica que pode ser considerada dentro do sentido da ideia do festival o próprio transcender-se em conclusão, a iluminação, a clareza de produção de sentidos e ideias, a noção natural de ser e fazer as próprias escolhas meio a uma sociedade em coletividade e ao ato de pensar com crítica sem a conotação do julgamento estético e sociocultural.

Para essas noções de coletividade em um tom de voz da transcendência e mito do *Movimento Hippie* da década de 1970 como uma utopia capaz de atravessar gerações, milhares de pessoas (consomem) vivendo a experiência são capazes de reproduzirem novos sentidos pós-festival mesmo que existam muitos pontos de tensões para com as suas condições de serem quem são e as quais, são deixadas na entrada do festival ou ao longo do percurso e jornada de heroínas e heróis como humanos e humanas em (des)construção no deserto de Black Rock City onde transcender é criar conexões.

Burning Man, o homem em chamas é um surfista no mar de ideias por ser responsável pela persuasão de milhares de pessoas todos os anos até um

deserto geograficamente e poeticamente arquitetado nos Estados Unidos. Por vez, sendo mais do que uma utopia que atravessa gerações com ecos de um tempo e magia da década de 1970 porque é um espaço-tempo onde somos um a um convidados a experimentar e criar (novas) conexões com o que existe de melhor dentro do coração. Nesse sentido, o fogo e a água rompem com a ideia pré-concebida à república/ilha sendo elementos que constituem o transcender.

Referências

CAMARGO, Hertz Wendel de. **Mito e filme publicitário**: estruturas de significação. Londrina: Eduel, 2013.

CAMARGO, Hertz Wendel de. **Neuromitologia apostila**: Sistema Mítico. Curso de Neuromarketing, IBN, 2020.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. Trad. Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Pensamento, 2013.

CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito com Bill Moyers**. Trad. Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athenas Editora, 2019. Organização de Betty Sue Flowers.

CLAEYS, Gregory. **Utopia**: a história de uma ideia. Trad. Pedro Barros. São Paulo: Edições SESC – SP, 2013.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. Trad. Helder Godinho. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

MORE, Thomas. **Utopia**. Trad. Márcio Júnior. Belho Horizonte: Autêntica Editora, 2017.

SHISTER, Neil. **Radical Ritual**: how *Burning Man* changed the world. Berkeley, Califórnia: Counterpoint, 2019.

VOLÓCHINOV, Valentin (Círculo de Bakhtin). **Marxismo e filosofia da linguagem**. Problemas fundamentais do método sociológico na ciência da linguagem. Trad., notas e glossário de Sheila Grillo; Ekaterina Vólkova Américo. Ensaio introdutório de Sheila Grillo. São Paulo: Editora 34, 2017.

ZILBERBERG, Claude. **Elementos de Semiótica Tensiva**. Trad. Luiz Tatit. São Paulo: Ateliê Editorial, 2011.

Referências Online

Burning Man evento. Disponível em: <https://burningman.org/event/> Acesso em: 27 jul. 2021 às 14:20h.

Cidade. Disponível em: <https://www.archdaily.com.br/br/892901/construindo-o-burning-man-os-desafios-arquiteticos-para-criar-uma-cidade-no-deserto> Acesso em: 27 jul. 2021 às 14:22h.

Larry Harvey. Disponível em: <https://journal.burningman.org/tag/larry-harvey/> Acesso em : 27 jul. 2021 às 14:32h.

Peter Ruprecht, 2016. Disponível em: www.culturafotografica.es Acesso em: 27 jul. 2021 às 14:38h.

REFLEXOS DO IMAGINÁRIO EM CLÁUDIA ANDUJAR: AS NARRATIVAS DO MASCULINO E DO FEMININO EM FOTOGRAFIA

Rayane Lacerda*

Ana Taís Martins**

As inquietações desse trabalho surgiram ao questionar como as experiências específicas de mulheres poderiam afetar e influenciar a construção de narrativas fotográficas e a própria comunicação enquanto campo de estudo. Isso porque a mulher, no senso comum, é amplamente desvalorizada. Essa desvalorização ocorre por meio de julgamentos, preconceitos, restrições e coerções culturalmente impostas ao seu corpo, a sua personalidade e as suas escolhas, de modo que há uma desvalorização das suas capacidades como sujeitos imaginantes.

Pensamos que investigar essas relações seria uma maneira de abrir outros caminhos como respostas à sociedade patriarcal, legitimando trabalhos feitos por mulheres. Todavia, ao propor uma filiação heurística aos estudos do imaginário (DURAND, 1997), passamos a considerar que essas aberturas só se transformariam de fato em possibilidades caso os níveis mais profundos dos humanos fossem abarcados. Isso pressupõe entender o feminino arquetipicamente formado pelas experiências socioculturais e que antecede as concepções biológicas da mulher, pois, na verdade, ele as constitui, tornando-se uma imagem universal e ancestral que atua como um *background* coletivo.

Nesse ponto, Neumann (2006, p. 28) explica que a criança, por exemplo, por intermédio da mãe, é um indivíduo em fase de contato direto com aspectos arquetípicos de um “[...] feminino numinoso e onipotente” que independe de uma realidade objetiva, independe da “[...] mulher historicamente individual, aquela que surgirá como figura da mãe”. Compreendemos, então, que os aspectos do feminino não estão nas

* Mestranda no PPGCOM/UFRGS, com bolsa CAPES, e membro do Imaginalis – Grupo de Pesquisa em Comunicação e Imaginário (CNPq/UFRGS).

** Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP com pós-doutorado em Filosofia da Imagem pela Université de Lyon III, França. Coordenadora do Imaginalis – Grupo de Pesquisa sobre Comunicação e Imaginário (CNPq/UFRGS) e orientadora do trabalho.

biografias das mulheres, mas nascem como formas de mediação *entre* elas e o mundo. Aqui, notamos as primeiras compreensões de um limiar mítico que se mostra nos hábitos, nas escolhas e nas personalidades de cada um ao mesmo tempo em que não se encontra nas pessoas em si. É como se esse limiar mítico, no sentido de organização simbólica (BARROS, 2016), apenas se valesse dos humanos como um trampolim rumo aos encadeamentos coletivos. O que interessa, nesses termos, é compreender a figura da mulher como um sujeito imaginante com potência para ser um veículo da apresentação mítica na cultura.

A própria cultura tem papel fundamental nesse processo, pois quando deixa de olhar para as questões que envolvem as imagens femininas, lançando mão de ferramentas que oprimem a mulher, dá-se um movimento de negação do imaginário antropológico, pois se descarta tudo aquilo que não pode ser abordado pela lógica da linguagem exclusivamente falada ou escrita. Porém, quando se pensa no simbólico vivido e experienciado profundamente (BARROS, 2016), mesmo que se tente fechar as portas para o seu acontecimento através da imagem, ele não deixa de tomar os sujeitos por inteiro já que apenas assume narrativas mais nefastas que têm origem na negação cultural.

A possibilidade de o acontecimento imaginário ser uma revelação sempre suspensa e *em vias de arrebatamento* é um fator relevante ao se tratar do feminino, especialmente do feminino enquanto um *background* que atua independentemente do gênero biológico. O olhar feminino em comunicação ganha, então, um sentido ontológico, sendo compreendido como algo que está antes e que constrói a realidade concreta do tempo-espço. Entretanto, durante o percurso de pesquisa, descobrimos, paralelamente, a existência de um acordo frutífero entre os aspectos do feminino e do masculino, já que ambos fazem parte de um fundo comum e antropológico e se complementam na revelação da experiência. Embora a nossa intenção inicial fosse pesquisar o olhar feminino, encontramos discussões mais potentes ao considerar o olhar masculino num contraponto que não se exclui, mas se complementa de modo ambivalente.

Nesse sentido, estudamos o trabalho de Cláudia Andujar junto aos Yanomami em busca das linhas de forças de um imaginário antropológico que tem como veículo o feminino e o masculino formados arquetipicamente. Por isso, temos como questão norteadora a seguinte problematização: o que as fotografias de Cláudia Andujar podem dizer sobre as narrativas femininas e masculinas construídas no ato fotográfico como um todo? O que elas podem indicar sobre os olhares que se cruzam a partir de um imaginário que é sempre coletivo e compartilhado entre os humanos?

Para perseguir os equacionamentos possíveis para tais questões, empreendemos o método da leitura simbólica (BARROS, 2019) ao estudos das fotografias. Inserimos alguns conceitos-chave, como a noção de arquétipo (JUNG, 2014), o conceito de trajeto de sentido como caminho do processo humano de simbolização (DURAND, 1997) e as considerações sobre o devaneio poético (BACHELARD, 2018), dos quais discorreremos a seguir.

1. O devaneio poético e a noção de arquétipo

Considerando as filiações teóricas desse trabalho, notamos a necessidade de delimitar o que entendemos por imaginário. Para Barros (2016), o termo *imaginário* tem sido empregado de modo tão amplo que, como consequência, percebe-se um esvaziamento do sentido original pretendido. Introduzido como uma expressão que se aproxima da fantasia e da irrealidade, a palavra imaginário se mostra presente tanto no senso comum quanto nas discussões em Ciências Humanas e Sociais. Em ambos os casos, a conotação é negativa e acarreta um distanciamento entre os sujeitos e as suas profundezas mais pregnantes em termos de simbolização e transcendência.

O mesmo acontece com o mito, o qual é comumente introduzido como sinônimo de mentira. Aqui, mora outro problema, pois é dessa forma que se deixa de considerar as potências míticas que ainda estão presentes e que são dinamizadas pela comunicação (BARROS, 2016). Negar tal presença mítica não faz com que ela seja inexistente, mas, ao contrário, faz com que os humanos excluam um dinamismo da vida que segue atuando

independentemente de eles mostrarem abertura ou não para tal presença. Acontece que, desse modo, negamos e excluímos um caminho que se mostra disponível em detrimento de um pensamento unilateralmente racional.

Ambos os contextos sustentam a nossa intenção de definir o que compreendemos como imaginário, principalmente quando temos a Teoria Geral do Imaginário (TGI) de Gilbert Durand como ponto de partida. Isso porque, levando em conta uma compreensão positiva sobre o termo, o autor

[...] é bem sucedido, ao mesmo tempo, em restringir suficientemente a noção para dela eliminar o caráter de receptáculo para tudo que não se compreenda bem e ampliá-la suficientemente para abrigar as produções culturais desde as mais enrijecidas simbolicamente, como os estereótipos e mesmo os preconceitos, até as mais férteis e exclusivas, como a arte (MARTINS, 2020, p. 52-53).

O imaginário carrega um sentido transversal (BARROS, 2010a) que abre caminhos para abordagens poéticas, além das abordagens factuais e mecânicas (DURAND, 1998). A partir das dinâmicas propostas, dois postulados principais são importantes para definir o espaço em que esse trabalho está inserido. O primeiro postulado é simples, mas também por isso, complexo: a imaginação vem antes. Aqui, não consideramos as instituições e os fenômenos sociais para, depois, pensar como eles atuam e influenciam os regimes da imagem. Ao contrário: primeiro entendemos como esses regimes atuam e como as imagens simbólicas acontecem a partir de um acordo entre as pulsões do imaginário e as coerções sociais para, então, traçar entendimentos sobre a relação do simbólico motivado com os fenômenos sociais.

O segundo postulado corrobora com o sentido do aspecto coletivo do imaginário e, para tanto, acolhemos uma perspectiva antropológica que considera a existência de um subsolo arquetípico em contraponto a uma sociologia do imaginário, também muito conhecida no âmbito acadêmico. Consequentemente, pressupõe-se níveis mais profundos, como os indicados por Durand (1997) no trajeto de sentido, que vão além ou, melhor, que são anteriores à camada societal. Grosso modo, existe um subsolo no qual as imagens se agrupam e constelam. Para Barros (2010a, p. 134), essa noção

indica a constituição de “[...] um patrimônio universal no qual o ser humano vai buscar equacionamentos para seus dramas coletivos ou pessoais”. A imaginação surge, portanto, quando o ser humano toma consciência dos processos de vida que levam à morte, seja dele ou das outras pessoas.

Em outros termos, o imaginário é formado pela experiência ao mesmo tempo que também se debruça sobre as próprias experiências que estão lhe formando. Por esse motivo, não é possível falar em um estruturalismo mecânico no trabalho com o imaginário discutido na Escola de Grenoble, pois o que importa é a troca plural, mesmo que um (o imaginário) seja anterior e constitua o outro (a cultura). Esse sentido de *acordo* é explicado e organizado pelo trajeto de sentido, indicando que esse vai-e-vem não é gratuito, mas constrói etapas de significação. A TGI introduz a imagem de um *trajeto* justamente para fazer valer a noção de *negociação* entre o inconsciente coletivo (JUNG, 2014) e a cultura, de modo que há fases que constroem o processo de simbolização. Primeiro, a experiência é dinamizada pelo *schème*¹ e só então alcança o arquétipo. Embora eles sejam os dois primeiros níveis desse caminho, a dinâmica continua após o seu nascimento, alcançando os níveis da revelação simbólica e da narrativa mítica que apresentam as facetas imaginárias no limiar sociocultural.

O arquétipo, como o segundo nível de simbolização, também apresenta uma necessidade especial de conceituação, pois, em linhas gerais, há um uso cotidiano deste termo – arquétipo do prostituto, da bruxa, da deusa, da criatividade etc. Entretanto, essa concepção é problemática em diferentes aspectos. Primeiro, parece-nos que essa abordagem que assume um olhar racionalizado, pois considera que essa formação dita arquetípica é constituída por ideias e pensamentos do ego desperto, não levando em conta que essas próprias ideias e pensamentos são fases posteriores à imagem simbólica. Por outro lado, se compreendemos o conceito de arquétipo a partir da sua principal característica, o intangível (JUNG, 2014), como indicar a

¹ Na teoria de Gilbert Durand, o *schème* corresponde aos três gestos corporais primordiais: postural, copulativo e digestivo. Segundo o autor, esses gestos anulam os demais quando presentes. Por esse motivo, o imaginário se torna antropológico, já que ele nasce no corpo e tem o humano como elemento principal e necessário.

atuação arquetípica, principalmente a atuação arquetípica em outra pessoa?

Jung (2014) explica que, na constituição psíquica, os arquétipos são formas figurativas sem conteúdo pré-existente. Por isso, as formas dinâmicas são algumas constantes nas camadas do inconsciente, mas o conteúdo é determinado conforme as vivências internas.

Na primeira parte de sua tese, Durand (1997) menciona que a casa pode ser considerada um arquétipo, já que ela coloca em dinâmica uma série de conhecimentos internos que brotam e transcendem o sujeito a partir do contato entre o corpo e o ambiente caseiro. O ato de habitar e de morar em uma casa, em um ambiente que se fecha a nossa volta e nos coloca no seu centro interior, pode assumir duas roupagens diferentes. A primeira, indica o acesso à intimidade e ao sentido de casulo aconchegante, enquanto a segunda fala sobre a necessidade de defesa e abrigo contra o mundo externo. Segundo Durand (1997, p. 169), “[...] a casa que abriga é sempre um abrigo que defende e protege e que se passa continuamente da sua passividade à sua atividade defensiva”. Do mesmo modo, ao falar sobre os elementos da muralha e da cidade e as suas respectivas atuações imaginais, o autor menciona que dada as sutilezas arquetípicas das características caseiras, há uma linha bastante tênue entre uma atuação *defensiva* e outra *intimista*.

Ambas as roupagens condizem com as compreensões junguianas sobre a ambivalência do arquétipo, em que eles possuem diferentes lados possíveis que constelam entre si no espaço inconsciente (NEUMANN, 2006) – como um lado intimista e outro defensivo que se mostram no mesmo arquétipo, a casa. O que podemos olhar, no limiar da cultura, diz respeito aos resultados dessas constelações, pois essas formas constantes “[...] difere[m] sensivelmente da fórmula historicamente elaborada” (JUNG, 2014, p. 13).

Essa característica arquetipicamente coletiva está presente no ato de se buscar os aspectos comunicacionais para a “consciência² criante” de Cláudia Andujar durante a composição das fotografias do catálogo “A luta Yanomami” (2018), nos termos fenomenológicos de Gaston Bachelard (2018, p. 1). O que se busca, na verdade, não é especular sobre os sentimentos interpessoais da artista durante o ato fotográfico, mas sim como tais sentimentos tocaram, em determinado momento, o espaço-tempo coletivo de modo que transcenderam às composições que hoje conhecemos.

Nesse contexto de atuação dos arquétipos está o feminino, sendo o devaneio poético uma das formas possíveis de se olhar através dele. Pensá-lo arquetipicamente significa pensar também nos sentidos que nascem do jogo de forças simbólicas que é o imaginário (MARTINS, 2020). Gaston Bachelard (2018, p. 1), ao tratar o devaneio como potência de acesso a um espaço outro que não apenas racional, indica que “nas horas de grandes achados, uma imagem poética pode ser o germe de um mundo [...]”. Essa descida a-racional aos conteúdos que resultam do inconsciente antropológico se relaciona às formas presentes *a priori* em nossa ancestralidade humana que aguardam o preenchimento da experiência profunda.

Aqui, encaixa a definição de devaneio enquanto “[...] uma fuga para fora do real” (BACHELARD, 2018, p. 5). A hora dos grandes achados, quando somos tomados por um sentimento visceral que mobiliza, inquieta e transforma, é a mesma hora em que as sementes do inconsciente são fertilizadas e encontram espaço para crescerem dentro de nós. Nesse processo, o adubo pode ser tão fértil ao ponto de elas ultrapassarem o nosso próprio corpo humano, comunicando sobre um *algo a mais* a respeito da vida, do mundo e do viver em sociedade. É quando um germe, uma vez plantado e cultivado, abre outros olhares possíveis.

² Aqui, não significa que Cláudia Andujar produziu as fotografias apenas de maneira consciente e histórica, mas sim que a própria consciência tem raízes no inconsciente pessoal e impessoal, sendo o lugar em que já é possível assimilar a presença de imagens e símbolos.

O devaneio, nesse caso, é um dos caminhos para se fertilizar as experiências profundas, pois é o momento de volta a si. Afinal, “um mundo se forma no nosso devaneio, um mundo que é o nosso mundo. E esse mundo sonhado ensina-nos possibilidades de engrandecimento de nosso ser nesse universo que é o nosso” (BACHELARD, 2018, p. 8). Nesse quesito, temos uma das facetas possíveis para o feminino: aquele que ingressa em nossa alma e nos convida a morar no casulo quente e aconchegante que é o movimento recôncavo de enrolar-se em si.

Entretanto, Bachelard (2018) esclarece que há o devaneio e o devaneio de caráter poético, sendo que o primeiro nos faz perder a consciência e tem uma má direção, uma direção pra baixo³, de modo que o segundo, o que tem a poética como valoração principal, nos coloca na inclinação correta – isto é, na inclinação que sobe, cresce, expande e irrompe a partir do mergulho nas correntezas de si. Essa diferenciação é importante para compreender a carga simbólica que uma experiência poética pode oferecer. Para o autor, parafraseando Friedrich Schlegel sobre a linguagem, seria o acontecimento de “uma criação de um só jato” ou, ainda, de “[...] impulsos de imaginação” (BACHELARD, 2018, p. 6) que nos colocam em contato profundo com o mundo.

Esse é o motivo que faz o devaneio, nesse caso poético, não ir para baixo, mas para cima: quando estão presentes os *impulsos* de imaginação, qualquer obra que se entre em contato, seja ela escrita, desenhada ou fotografada, pode nos conduzir às possibilidades de busca de si a partir do suporte de comunicação acessado. Isso porque, nesse caso, “estávamos a ler e eis que nos pomos a sonhar” (BACHELARD, 2018, p. 61). Ora, não temos a tendência de levantar a cabeça quando lemos um livro, por exemplo, e percebemos a presença de um pensamento, uma ideia ou um insight? Não é perceptível a tendência de buscarmos uma janela ou um quadro na parede como se fosse necessário um outro lugar de contemplação, um lugar de contemplação para além das páginas do livro?

³ Vale ressaltar que uma inclinação para *baixo* é diferente de uma inclinação ao *profundo*. O profundo não está embaixo, fisicamente falando, mas está ao redor, permeando-nos.

O autor indica a importância de se desenvolver dois olhares possíveis, já que a cada sobressalto de um mundo temos a presença do seu respectivo modo de olhar. Para ele, é por esse motivo que se torna importante discutir o *amor pelo feminino* e o *amor pelo masculino*, uma dupla de olhares (arquetípicos) que mantém as tranquilidades da imaginação e da razão sempre em equilíbrio. Nesse contexto, tem-se uma discussão sobre a relação dialética entre ambos, mas não de uma dialética “[...] verdadeiramente paralela, que opera num mesmo nível, como a pobre dialética dos sim e dos não”, pois os olhares feminino e masculino estão circunscritos numa dialética rica em termos poéticos que “[...] se desenvolve num ritmo de profundidade”. O autor indica o que significa esse ritmo de profundidade nos termos do seu estudo sobre o devaneio: “vai do menos profundo, sempre menos profundo (masculino), ao sempre profundo, sempre mais profundo (feminino)” (BACHELARD, 2018, p. 57). Seria o que ele entende por um duplo poder do qual todos se valem, independentemente do gênero, pois o que interessa é a característica humana para acesso aos modos feminino e masculino de enfrentamento do mundo.

Nesse ponto, quando se fala em homem ou em mulher, não se fala sobre o sujeito de gênero biológico masculino e o sujeito de gênero biológico feminino, mas sobre arquétipos. Um homem e/ou uma mulher, quando aparecem em sonhos, devaneios, imagens e lembranças, dizem um *algo a mais* sobre a nossa experiência de vida individual ou coletiva. São arquétipos, então, porque carregam consigo esse aspecto de colocar em paralelo os conteúdos da vivência profunda e interna que é dinamizada primeiramente pelo *schème*, pelo corpo humano no trajeto de sentido. Dado que esse “homem” e essa “mulher” aparecem em termos figurados, as suas essências inconscientes são intangíveis e o que se apreende no ambiente consciente são as suas facetas, isto é, os modos feminino e masculino de *olhar*.

2. O método de deixar a imagem falar: considerações sobre a leitura simbólica

As delimitações teóricas trazidas acima indicam como consideramos e trabalhamos com os olhares feminino e masculino, já que não pretendemos apontar, na técnica da fotografia, onde e como um suposto feminino ou masculino mais codificável se apresenta – como, por exemplo, dizer que uma determinada indígena Yanomami do gênero feminino está no meio da floresta e isso mostra como a mulher tem uma conexão profunda e sagrada com a natureza. Ao contrário, o feminino e o masculino, bem como os seus modos de olhar, estão mais próximos do próprio método escolhido, isto é, o método de *deixar a imagem falar* na intenção primeira de captar nuances do imaginário antropológico no polo sociocultural.

Ao empreender essa maneira de entrar em contato com as fotografias de Andujar, os olhares imaginais do feminino e do masculino sobressaltam aos sentidos conforme eles mesmos desejarem, sendo carregados desde o inconsciente através do (1) mergulho nas profundezas de si e da (2) transcendência ao coletivo. Nesse sentido, quem escolhe os modos de olhar apreendidos por esse trabalho são os próprios olhares feminino e masculino que emergem em fotografia.

Por isso, escolhemos a leitura simbólica (BARROS, 2019) como ferramenta de análise e de contato com as fotografias, pois julgamos ser o método que se encaixa mais adequadamente aos pressupostos teóricos que delimitam a nossa relação com as imagens. Em outras palavras, é uma leitura que concebe a fotografia como um suporte que tem um *algo a mais* para mostrar, indo além de uma interpretação tradicional do campo em que se considera, por exemplo, aspectos de enquadramento como a perspectiva, as linhas, os traços, a geometrização e as regras de composição. Aqui, o que vale não é a visão decodificada e semiótica, mas a experiência simbólica integral que ali está presente. A intenção, de acordo com Barros (2019), é suspender os pensamentos para frear o trajeto da racionalização, a fim de, então, estabelecer um olhar imersivo para a concentração na leitura de uma fotografia. Nesse sentido, a autora alerta: “[...] a suspensão dos pensamentos

não é a suspensão da atenção; pelo contrário, é a concentração profunda num só ponto com o propósito de afastar todas as outras distrações daquilo que se observa" (BARROS, 2019, p. 140).

Grosso modo, não vemos a fotografia como imagem, mas entendemo-la enquanto um meio que produz imagens (BARROS, 2013). Ao assumir essa posição, ela nos permite considerar o feminino e o masculino enquanto elementos de uma dinâmica impulsionada simbolicamente, enquanto facetas arquetípicas que atuam no trabalho fotográfico de Andujar junto aos Yanomami. O mito, igualmente, não é visto como uma simples e metafórica história contada de maneira cronológica. Ao contrário, ele é entendido como uma potência de revelação, já que se trata de uma narrativa que organiza o simbólico como construção de um imaginário que antecede e orienta os aspectos socioculturais (MARTINS, 2020). Nesse sentido, traremos, nos itens a seguir, a análise das fotografias junto ao que encontramos de feminino e de masculino nos modos imaginais de olhar, nascidos a partir do trabalho de Cláudia Andujar.

3. O feminino no ato fotográfico

Nos estudos sobre fotografia, a máxima de Henri Cartier-Bresson (2004) sobre o instante decisivo está sempre em discussão, seja em salas de aula, publicações ou eventos da área da Comunicação. O autor fala sobre o momento exato de dar o clique fotográfico, isto é, quando a cena se mostra de uma forma visualmente simétrica e geometricamente encaixada. Como exemplo, temos a fotografia de um homem que salta sob uma poça d'água, intitulada *Behind the Gare Saint-Lazare* (1932)⁴, em que Cartier-Bresson registra o pulo no instante exato, enquanto o sujeito ainda está no ar e tem o corpo refletido na água. No registro, alguns milésimos de segundos projetam o pé no ar ao iminente toque na água.

⁴ Disponível em: <<http://100photos.time.com/photos/henri-cartier-bresson-behind-gare-saint-lazare>>. Acesso em: 21 fev. 2021.

O mesmo ponto é trazido nos trabalhos de Philippe Dubois (2012) a partir do conceito do golpe do corte. Para o autor, o ato fotográfico pressupõe, necessariamente, o ato de golpear um espaço-tempo a fim de petrificá-lo em imagem. Ele aproxima, inclusive, tal ação a um efeito medusante em que o observador é igualmente golpeado pelas escolhas feitas durante o ato fotográfico, num momento anterior. O interessante no pensamento de Dubois é a ideia de que a composição do quadro é feita a partir de escolhas. É necessário abdicar de uma série de cenários e objetos possíveis para, enfim, fotografar o que mais gritou ao olhar. Aqui, fotografar é enquadrar e enquadrar é se posicionar diante do mundo através da câmera. Vale ressaltar, ainda, que algo ter ficado ausente na composição, em termos visuais, não significa uma presença inerte aos sentidos conotados à fotografia. Significa, apenas, que os elementos excluídos do quadro passam a atuar na imagem de um modo marginalizado, o que ele denomina de fora-de-campo.

Nesse sentido, quando falamos de um instante decisivo (CARTIER-BRESSON, 2004) e de um efeito medusante que nasce do golpe do corte e do fora-de-campo (DUBOIS, 2012), estamos falando de uma ação que separa, distingue e individualiza apenas alguns aspectos da composição ao passo que outros são deixados de lado. Em outros termos, se “[...] tirar fotos é comparado a caçar” (BARROS, 2010b, p. 218), as práticas de relação com o mundo através da fotografia e de inserção em determinado espaço junto ao dispositivo técnico pressupõem, para as estratégias do imaginário, uma organização visual que discerne e distingue os elementos – isto é, caça-os. Estamos falando de um regime diairético do imaginário que diferencia, seleciona e afasta certos elementos de outros. Regime que pode, inclusive, ser notado com certa periodicidade no trabalho de Cartier-Bresson, segundo pesquisas a respeito de sua obra (BARROS, 2012). Contudo, quando o ato de golpear um acontecimento traz consigo os verbos *separar* e *distinguir*, não poderia, então, o momento pré-golpe trazer consigo os verbos *devanear* e *esperar*?

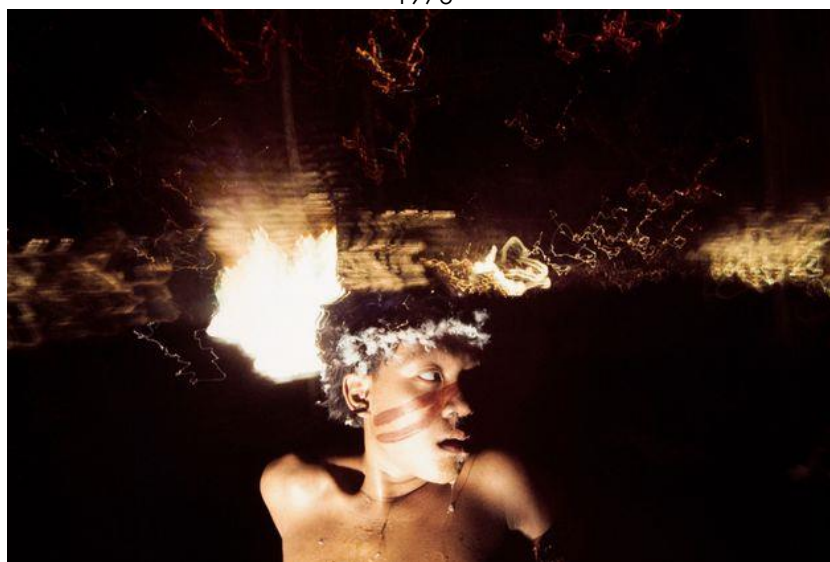
Quando se está aguardando o instante decisivo a ser escolhido, os elementos ainda se encontram misturados e entrecruzados. O olhar do fotógrafo, uma vez em busca do recorte perfeito, se depara com a bagunça do mundo a ser organizada pela escolha fotográfica. A separação é o momento exato *aguardado* e, por isso, é posterior. O homem que salta a poça d'água, na fotografia de Cartier-Bresson, é o golpe do corte, mas, antes, foi necessário esperar o especial salto acontecer. Então, perguntamos: quais as possibilidades imaginais desse ato de esperar? Apostamos as nossas fichas na possibilidade de contato com o devaneio poético, nos moldes trabalhados por Bachelard (2018), o que também nos faz apostar na possível presença de um olhar feminino que evoca o mergulho em si como processo anterior ao instante a ser capturado pelo dispositivo técnico.

Em outras palavras, primeiro aguardamos o registro da fotografia. Nesse momento, não há distinções e limites, mas sim uma mistura em que tudo parece estar essencialmente conectado. Depois, clicamos o instante decisivo uma vez que percebemos que há outros elementos diferentes de nós mesmos no mundo. Ou seja, quando há elementos a comporem uma fotografia e a sofrerem o golpe do corte.

O devaneio poético traça alguns aspectos sobre o momento de se estar quieto e recluso em si. Por isso, quando se pensa na fotografia como um caminho possível para dinamizar imagens simbólicas (BARROS, 2016), é possível pensar, ainda, no devaneio bachelardiano como um método presente no ato fotográfico. O motivo é simples: quando se fotografa, também se espera. Há, na prática fotográfica, uma característica de contemplação que, em termos gerais, é a característica do *possível* devanear – ou, ainda, de se colocar diante do mundo e daquilo que se fotografa através de um olhar feminino. É quando o artista ou profissional da imagem se permite aguardar um pássaro voar em sua frente, a folha de uma árvore balançar pelo vento de um jeito específico ou o tempo certo de um raio invadir o céu durante uma tempestade. Nesse hiato entre o que se busca, com a câmera em mãos, e a materialização ou não da imagem final está o devaneio poético que carrega consigo aspectos do feminino. Ora, num

mundo em que o aconchego em si é cada vez mais substituído por aparelhos, telas e luzes das mais diversas, o que mais poderia ser tão convidativo ao mergulho nas próprias profundezas quanto a espera ao momento imaginado?

Figura 1 - Antonio Korihana thëri sob o efeito do alucinógeno yãkoana, Catrimani, RR, 1972-1976



Fonte: ANDUJAR (2018, p. 93).

A fotografia acima faz a vertigem embrulhar o estômago de quem a observa devido a ideia de movimento rápido e ágil feito pelo giro do rosto do Yanomami. Nele, vemos um sujeito que teve a sua essência roubada e, agora, se encontra à procura do culpado. Ele olha atento, atormentado e surpreso, mas não encontra nenhum rastro de quem o causou esse mal. A escuridão não lhe permite ter os olhos de quem sabe ver, pois ela coloca a luz de maneira concentrada em volta de sua cabeça e, por isso, fica somente ao seu redor, ofuscando o que está além. Ele se encontra paralisado, assim como nós também nos vimos petrificados pela sensação inquietante do olhar solitário e desaparecido. É um olhar que não está ausente, mas que ainda assim falta, pois ele foi raptado e levado para longe.

A fotografia mostra a sensação de movimento e é como se pudéssemos ver o indígena girar a cabeça para o lado. Antes, ele olhava para frente, concentrando a sua atenção na fotógrafa que estava prestes a capturar o registro. Ele olhava atento para Andujar e, através desse olhar, permitia a ela o acesso ao seu mundo sagrado. De repente, a sua essência foi roubada por

um terceiro elemento que não fazia parte da cena, fazendo com que os sentidos mais íntimos do indígena fossem extraídos. Esse é o momento certo para a fotografia ser feita: o Yanomami rapidamente olha para o lado, atordoado e tentando encontrar quem ou o que fez isso com ele, de modo que a imagem emerge e é conduzida pelo ingrediente simbólico. Todavia, antes da fotografia ser registrada e sofrer o gole do corte (DUBOIS, 2012), foi necessário esperar o rosto girar para o lado, pois antes ele estava direcionado para frente e, nesse caso, a conotação da imagem seria outra.

Essa espera, muitas vezes longa, pelo registro fotográfico imaginado está presente no trabalho de Cláudia Andujar. Em seu depoimento sobre os primeiros processos desenvolvidos nos espaços da floresta, Andujar (2018) explica que, no início, não sabia falar a língua do povo que pretendia fotografar. Antes de retirar qualquer câmera da bolsa, ela buscou criar a experiência do contato e é nesse aspecto que sua fotografia ganha sentidos ainda mais poéticos. Ela conta que sequer se importava em não compreender a língua dos Yanomami, pois foi nos olhares que encontrou a sua forma de comunicação. Essa investigação das formas possíveis de sentir levou-a a registrar suas primeiras fotografias, transformando em documento aquilo que observou, absorveu e constatou de maneira tão sincera. Aqui, a fotografia de Andujar somente foi materializada, isto é, a câmera somente apareceu na cena objetiva porque houve um processo de se deixar afetar pelo lugar e pelas pessoas que lá estavam.

[...] ela se aproveitou disso para se aproximar deles e começar a *sentir* os Yanomami, ao invés de *ver* os Yanomami. Aquela sensibilidade da Cláudia de aproveitar o fato de não falar a língua para escutar o outro, aquele cuidado de 'vou ficar aqui no meio deles' e ficar no meio deles até estar imersa no mundo Yanomami, antes de sair fotografando, é o sinal dela de chegar num lugar [...] e *ficar imersa até o lugar falar com ela* (KRENAK, 2019, s/p, grifo nosso).

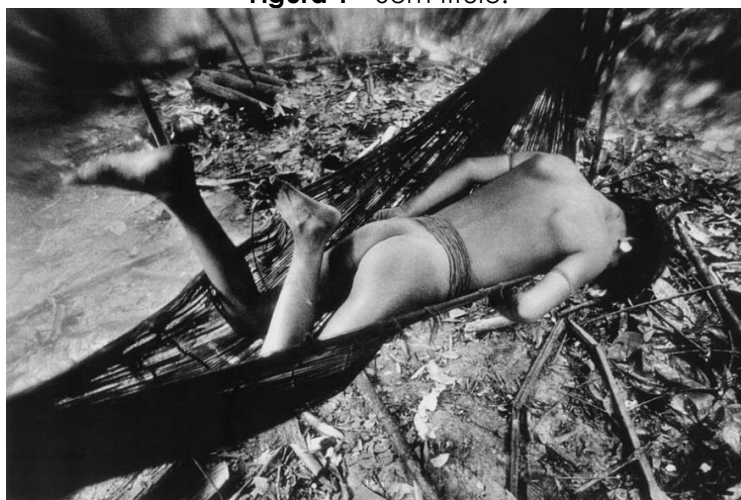
Cláudia Andujar, segundo Gonçalves (2016, p. 153), soube colocar em prática essa lógica de mergulhar em si para, somente depois, entrar em contato com o outro. Afinal, “[...] na busca do documento, a alma sensível da artista fez desse pretexto um trampolim para um mergulho profundo na

floresta, na alma de seus habitantes e em si mesma". Quando Andujar espera o tempo de fala da floresta e guarda a câmera fotográfica na bolsa, ela escolhe devanear. Ela escolhe esperar, experienciar e olhar a partir do gesto feminino. Ela retira a fotografia do centro do ato fotográfico e envolve esse próprio ato numa teia de relações cruzadas que são maiores do que o registro em si.

A fotografia, nesse processo, é apenas a *ponta do iceberg* em relação ao ato fotográfico, o qual está além do dispositivo técnico, do golpe do corte (DUBOIS, 2012) e do instante decisivo (CARTIER-BRESSON, 2004). Quando Philippe Dubois (2012) fala sobre o fora-de-campo, não devemos pensar somente no que foi marginalizado na escolha de enquadramento técnico, mas também no espaço-tempo que contextualiza e totaliza o ato fotográfico que nunca tem um fim em si mesmo – considerando que a fotografia, essa fase do processo, é capaz de rodar o mundo e criar significações múltiplas aos olhos de quem a observa. O olhar feminino, em Andujar, carrega os gestos da alteridade nascida do contato profundo com o devaneio poético.

4. O masculino no ato fotográfico

Tendo discutido, anteriormente, o ato de *esperar* para *registrar*, agora adentramos o ato de *registrar* como forma de *conhecer* o mundo. Isso não implica uma separação cirúrgica entre os olhares feminino e masculino, mas, ao contrário, conversa sobre uma construção ontológica de ambos. Seria o que Bachelard (2018) entende como ritmo de profundidade, isto é, tanto o feminino quanto o masculino têm pesos iguais em termos de relevância socio-imaginal, o que muda entre eles é a ordem de estruturação da experiência: primeiro olha-se femininamente, e, depois, descobre-se o mundo através do olhar masculino.

Figura 1 - Sem título.

Fonte: ANDUJAR (1998, s/p).

A fotografia parece indicar a presença do desconhecido. O rosto do indígena está ausente e escondido na cena, de modo que ele é anônimo e não o reconhecemos. A expressão principal se dá pelo gesto do corpo inclinado ao chão. Na imagem, a rede em que o Yanomami se encontra, objeto de descanso e uso noturno a ação de dormir e sonhar, transforma-se em instrumento de segurança e controle da queda. Isso porque a fotografia infere que, caso não houvesse a rede que segura o corpo, ele estaria deitado no chão pela posição de alguém que se entrega à floresta e ao meio ambiente circundante. Contudo, essa perspectiva não mostra uma possível queda que machucaria e doeria, mas sim um momento pré-queda que mais se assemelha a um modo de renascer e renovar. Parece que a qualquer momento o corpo se levantará, se erguerá diante da natureza e voltará a lutar pela sua própria vida, sendo o momento registrado por Andujar um espaço de reconstituição de forças simbólicas, psíquicas e políticas.

É possível avançar sobre a inserção do olhar do branco nesses contextos. Nesse caso, em específico, tendo a câmera apontada sob uma perspectiva superior que convida tanto ao mergulho na cena (à inquietante entrega aos impulsos de imaginação) quanto a um olhar incisivo de quem observa um corpo despreparado à intrusão de tal olhar. Esses modos de olhar se abrem às abordagens femininas e masculinas, de modo que o trabalho da alternância entre imagem e conceito se aproxima da alternância entre o ato de *esperar* para registrar e o registro fotográfico *em si*.

Anteriormente, quando discutimos a presença de um regime diairético do imaginário, que separa e distingue determinados elementos como forma de construir as imagens que fazem a mediação do sujeito com o mundo, falou-se que tal regime abriga o conceito de golpe do corte de Phillipe Dubois (2012), bem como se mostra presente nas fotografias de Cartier-Bresson que tem como lema profissional o instante decisivo. É curioso, nesse sentido, que esse seja justamente o agrupamento de imagens e símbolos em que Durand (1997, p. 104) indica a presença de uma “[...] misoginia do imaginário”, ou seja, quando a valorização para os aspectos do feminino é negativa. Esses aspectos não estão ausentes ou inativos, mas apenas se mostram a partir de reconhecimentos pessimistas no que concerne as figuras de raiz matriarcal. Essa perspectiva mostra, na verdade, um resultado possível para o jogo de forças em que os aspectos do masculino ganham relevância, colocando em segundo plano a pregnância feminina no seu respectivo modo de olhar. Será, então, que há uma relação entre a presença do regime heroico e a atuação de um olhar masculino na prática fotográfica? À medida que temos o golpe do corte como ação baseada no grupo de imagens que priorizam as facetas arquetípicas masculinas, não poderia existir um olhar masculino no ato de se apertar o botão da câmera diante de um sujeito, *separando-o* do mundo por meio do registro?

Helouise Costa, em seu trabalho sobre a cobertura fotográfica realizada pela revista O Cruzeiro sobre os povos originários (1994), discute a presença do dispositivo técnico em um certo ambiente que não o reconhece genuinamente. É o caso dos espaços indígenas, já que a câmera é um objeto construído pelo olhar do branco. A autora discute, entre o papel da revista em questão e o posicionamento ético dos fotojornalistas, o potencial de aprisionamento do outro como uma problemática presente desde o ato fotográfico em si até os estereótipos do índio que podem ser construídos pela visualidade resultante do manuseio da câmera. Essa perspectiva é corroborada pela crença, presente em muitos povos, de que se colocar diante de uma câmera (e, automaticamente, diante de um fotógrafo) implica ter a alma roubada e o corpo condenado à morte (COSTA, 1994).

O mesmo pode ser visto na reflexão que Machado (1984) faz sobre o trabalho do cineasta italiano Andrea Tonacci sobre indígenas da região norte do Brasil. Na discussão proposta pelo autor, é introduzido o termo *karom*, que tem origem na língua *gê*⁵ e remete ao modo como os indígenas canelas apaniekras nomeiam “[...] as imagens e as vozes das pessoas e das coisas, sejam elas atuais dos vivos ou virtuais dos mortos que retornam sob forma de fantasmas” (MACHADO, 1984, p. 50). Nesse contexto, os dispositivos técnicos usados pelos campos da fotografia e do cinema são exemplos de aparelhos que capturam o *karom*, aprisionando-o dentro do objeto. Ao aprisioná-lo, é possível, ainda, restituí-lo através do clique que cria duplos de si e do outro (MACHADO, 1984). Transpondo essa noção para as discussões que cercam a fotografia, é possível fazer uma analogia entre o roubo do *karom* e a arma que é apontada para determinado sujeito – no caso, por meio da objetiva. Contudo, uma vez que se verificou, anteriormente, a presença de uma profunda empatia no trabalho de Andujar junto aos Yanomami, o que pode existir de masculino na sua prática fotográfica?

Para discutir tais pontos, é válido trazer informações que participam de um documentário sobre Cláudia Andujar, em específico, sobre a construção de uma galeria permanente no Instituto Inhotim que é dedicada ao seu trabalho. Em *Inhotim – Arte Presente* (2018), sugere-se uma preocupação constante da artista para com a inserção do olhar Yanomami no ato fotográfico por ela empreendido. No documentário, ela mostra uma sequência de fotografias impressas e narra, enquanto isso, aspectos da cosmologia que por ela foi conhecida. Isso mostra uma sensibilidade que não tenta representar, forçosamente, um olhar sob o outro como objeto exótico a ser explorado, mas sim um modo de olhar com aquele Outro que lhe é diferente. A artista não faz um movimento de aprisionamento, como quem diz “olhem o modo selvagem com que esse povo dança e contata os espíritos”. Ao contrário, ela apresenta as imagens, uma por uma, explicando quem são

⁵ *Gê* ou *jê* é uma família linguística originária do Brasil pré-colombiano, encontrada principalmente entre indígenas que viviam no interior do país. Segundo informações da ferramenta de busca Google, os grupos Kayapó, Canela, Xavante, Kaingang e Apinajé são exemplos de povos que ainda falam línguas de origem *jês/gês*.

os *xapiri*, como eles aparecem aos indígenas e o motivo que faz a queda do céu ser tão preocupante. Algo como quem diz “vejam, eles pensam e conhecem o mundo de um jeito diferente, isso é fascinante”. É isso que faz o seu trabalho ir além de si mesmo e carregar potências imaginais intrínsecas: Andujar narra, a partir da fotografia enquanto ferramenta de comunicação, a empatia necessária ao complexo ato de viver em conjunto. Em outras palavras, ela não isola os conhecimentos dos Yanomami, mas os insere na narrativa construída.

Nesse sentido, essas concepções indicam o porquê de buscar um acordo entre o olhar feminino, que se mostra no ato de esperar para registrar, e o olhar masculino, que se mostra no momento certo de introduzir a câmera no ambiente que participa do ato fotográfico. A presença do dispositivo técnico não pressupõe, necessariamente, o aprisionamento do outro, mas a presença de um ato masculino que condensa instantes temporais através do clique. O que configura ou não o aprisionamento do outro, aqui, é o modo como tal dispositivo é inserido no ambiente, se ele traz consigo apenas o recorte temporal da câmera, o masculino, ou se permite a apreensão sensível do ambiente a sua volta, o feminino. Então, quando se introduz a câmera no fluxo de ações do ato fotográfico como um todo, se introduz, em conjunto, uma escolha com base em experiências de cunho masculino. A partir dessa dinâmica do feminino e do masculino presente no jogo antropológico do imaginário, é possível que haja uma comunicação profunda que não aperfeiçoa os detalhes dos olhares que se cruzam, pois os mantem íntegros, uma vez que tanto o devanear quanto o fotografar são etapas que se complementam em vez de se excluírem.

Rodrigo Moura, curador da galeria Cláudia Andujar do Instituto Inhotim, em entrevista ao documentário em questão, destaca que a fotógrafa sempre relembra o uso e os efeitos das luzes em seu trabalho, as quais tem a finalidade de evocar os *xapiri* quando enquadradas nas bordas das imagens. Mesmo que a representação não seja a concretude dos *xapiri*, justamente porque eles aparecem apenas para os Yanomami iniciados em tal cosmologia, Andujar acreditou ser possível apresentá-los em suas fotografias a partir de

sentidos que se misturam entre o tangível (a luz em si) e o intangível (os espíritos presentes enquanto metáfora), valendo-se da criatividade unida às ferramentas técnicas para alcançar esse objetivo.

Nesse ponto, a presença de um golpe do corte (DUBOIS, 2012) que insere efeitos de luz no enquadramento parece uma espécie de materialização do olhar masculino que se mostrou presente a partir da inserção do dispositivo técnico. Isso porque, usando uma certa maneira de iluminação com o objetivo de construir um sentido sobre o que seriam os *xapiri*, Andujar evidenciou uma separação entre luz/sombra, claro/escuro, opacidade/contraste, real/onírico e assim por diante. O que, como discutido anteriormente, apresenta os verbos separar, distinguir e discernir, típicos do regime diairético que valoriza positivamente as imagens simbólicas masculinas (DURAND, 1997). Mas, perguntamos: como buscar técnicas de apresentação dos espíritos em rituais xamânicos indígenas, sem antes conhecê-los ao esperar, aguardar e se relacionar femininamente com o contexto e os sujeitos a sua volta?

Parece-nos que, caso Andujar não tivesse guardado a câmera na bolsa e esperado o lugar falar com ela, as suas fotografias não trariam significações possíveis para a presença dos espíritos, pelo simples fato de que ela não os conheceria. Por isso, ao conhecê-los durante o contato profundo com os Yanomami, Andujar tornou possível a materialização criativa e empática na imagem, de modo que o clique, a caracterização masculina de sua fotografia, não corta o ato fotográfico cronologicamente ao meio, pois, ao contrário, corta os espaços e os contextos em uma perspectiva ontológica de construção de sentido, dissolvendo-os no resultado registrado. Em outras palavras, a artista *cruza* os olhares.

Mais adiante, após os Yanomami conhecerem as fotografias que fazem parte do acervo de Cláudia Andujar, um deles coloca alguns elementos em seu corpo, como penas na cabeça e um adereço específico preso na cintura, além do rosto pintado de preto na região dos olhos. Em meio a um círculo de pessoas brancas, ele inicia uma dança de apresentação, portando um objeto pontiagudo que dança junto com ele. Nesse círculo, na primeira fileira de

peessoas que se encontra sentada no chão, vê-se diversos fotógrafos que portam câmeras de tamanhos diferentes, desde celulares até objetivas maiores. Escuta-se, ainda, barulhos de cliques simultâneos que ocorrem uns atrás dos outros.

Observando a cena, penso ser uma imagem bastante sugestiva sobre diferentes modos de se portar diante do ato fotográfico. Uma imagem que infere, também, um ato de registro impulsionado apenas pelo olhar masculino, isto é, por um golpe do corte que não inclui o devaneio como etapa primordial, o que muito se afasta do trabalho que a própria Andujar desenvolveu na região da floresta. Contudo, é claro que há uma diferenciação prática entre o trabalho de Andujar, que esteve junto aos Yanomami por anos, e o trabalho desses fotógrafos de imprensa que são condicionados por uma comunicação rápida, ágil e ansiosa que demanda deles uma ação constante. Não cabe a nós traçar linhas morais e éticas sobre ambas as práticas, pois o que buscamos é apenas indicar que há uma diferenciação bastante evidente a qual, em certa medida, conduz a discussões também opostas.

No primeiro caso, ou seja, no caso de Andujar, o *background* feminino esteve presente desde o início, tanto no ato de esperar quanto em reverberações posteriores de suas fotografias, ao passo que no segundo caso, ou seja, na cobertura dos fotojornalistas que estavam à *mercê* de uma pauta noticiosa, o golpe do corte é o principal momento do ato fotográfico como um todo. Fecha-se, no exemplo dos fotojornalistas, as aberturas possíveis para o acordo entre o feminino e o masculino nas etapas de significação que antecedem, permeiam e constroem a fotografia a ser registrada. Há uma prioridade do olhar masculino, tendo em vista os deadlines impostos pelos meios de comunicação e a presença de uma certa corrida contra o tempo, buscando congelar um acontecimento em documento jornalístico, isto é, aprisionar aquele instante no registro fotográfico que está munido de técnicas aplicadas pelo dispositivo (a câmera em si, objetivas de diferentes tamanhos, técnicas de profundidade e ajuste do foco, efeitos de perspectiva etc.).

Partindo do pressuposto de que a fotografia não é um retrato fiel da realidade, mas uma maneira de sugerir aspectos subjetivos de um acontecimento, tal realidade é apresentada metaforicamente e não concretamente. Nesse sentido, o que se pode apreender em uma prática fotográfica que prioriza o olhar masculino, como no caso dos fotógrafos dos veículos de informação, é a tentativa constante de aproximação a uma realidade fiel, já que o discurso da objetividade está presente desde os primórdios do jornalismo. O Yanomami, em sua dança de apresentação na galeria de Andujar, é fotografado como um acontecimento noticioso que ilustra a abertura do espaço de arte, que é a notícia do momento, e deixa de ser um parceiro do ato fotográfico, pois, ali, parece que a imagem é sobre ele e não com ele.

Entretanto, outras práticas de Andujar mostram a presença de uma ação guiada pelo olhar masculino. Rodrigo Moura conta que o papel e o pincel atômico, ferramentas de desenho, foram objetos introduzidos pela fotógrafa no ambiente Yanomami. Antes, segundo o curador, as visualidades por eles acessadas se mantinham na ordem das visões xamânicas, das pinturas corporais e dos grafismos em artefatos característicos. A bidimensionalidade do desenho no papel foi introduzida por Andujar. Aqui, mesmo que não haja o golpe do corte fotográfico como nuance masculina, esse gesto do olhar se dá por meio de um espectro instrumentalista, do qual ela se vale para mostrar arsenais amplamente conhecidos pelos brancos aos indígenas. Ou seja, o que para nós é comum e cotidiano, para o outro pode ser uma descoberta com diversos efeitos possíveis.

Nesse sentido, tal ação mostra ainda a presença de um olhar feminino, tendo em vista que o motivo que guiou a artista foi o de conhecer, mais profundamente, uma mitologia que lhe era estranha. Ora, se ela ainda não sentia o chamado necessário para inserir a câmera na cena, parece-nos que ela tentou iniciar esse percurso de reconhecimento da imagem do outro através de uma técnica mais sutil, isto é, o desenho, em que eles próprios faziam parte do processo de produção. Claro que essa escolha de base masculina não traz consigo o mesmo peso de uma câmera apontada, mas,

ao mesmo tempo, pode conter traços desse tipo de olhar pelo aspecto de *inserção*. Afinal, quando se introduz elementos diferentes daqueles já reconhecidos no ambiente em questão, se está propondo uma quebra no ritmo do devaneio, se está propondo um agir que começa a se afastar do esperar. Inclusive, tanto na galeria apresentada no documentário quanto no catálogo “A Luta Yanomami” (2018), é possível observar os desenhos feitos por eles, estando lado a lado das fotografias registradas pela câmera.

5. Considerações finais

Ao presenciar a revelação de um imaginário que mostra o acordo necessário entre os olhares do feminino e do masculino, isto é, entre o ato de esperar e o ato de registrar, é possível notar a presença de um processo de alteridade envolvido. Isso porque, esse elemento tão necessário aos modos coletivos de relação, se faz presente quando uma comunicação profunda e arquetípica emerge, ganhando formas mais integrais de atuação sociocultural.

Fica claro que a feminilidade e a masculinidade não tratam apenas das articulações e atuações dos gêneros feminino e masculino, isto é, apenas da mulher e do homem que carregam apreensões socioculturais. Fala-se, sobretudo, na feminilidade e na masculinidade como uma forma de esses feminino e masculino a-rationais se apresentarem no limiar da cultura para todos os seres que encontram o repouso profundo e sossegado de si e em si. Basta ser *humano* para que se acesse o feminino e a sua respectiva feminilidade, por exemplo, e para que se entre em contato com a alteridade do feminino e do masculino.

As imposições sociais são consideradas com igual importância, mas apenas numa fase posterior, tendo em vista que estudar as pulsões humanas no que concerne ao feminino e ao masculino pode auxiliar a compreender as origens e as resoluções possíveis às categorizações patriarcais impostas a mulher, nesse caso. O olhar, aqui, não fala sobre aquilo que se vê, do limiar concreto da visão, mas daquilo que se sente, se devaneia e se sonha. O *olhar* é mais sobre o modo feminino de apresentação das motivações

antropológicas na cultura do que o jeito de uma mulher olhar para o seu lugar social.

A empatia, nesse entendimento, não é uma escolha arbitrária de reconhecer no outro as nossas próprias falhas. Essa operação traz consigo o risco de apenas projetar, no outro, expectativas e questões pessoais que não lhe dizem respeito. Para Barros (2017, p. 11), “se é pelo outro que se conhece a si mesmo, reciprocamente é o autoconhecimento que estabelece o diverso”. Nesse caso, é preciso, primeiro, mergulhar em si e reconhecer a necessidade de entrega ao próprio mundo imaginário para, assim, tornar possível um olhar ao outro a partir de uma observação sincera sobre os limites e os pontos de convergência entre as vivências individuais que constituem a coletividade.

Aqui, é como compreendemos a fotografia enquanto suporte de comunicação que, em vez de ser um meio neutro, é um veículo que transporta a imagem simbólica ao sujeito e o sujeito à imagem simbólica. A fotografia ultrapassa os limites técnicos e codificáveis, chegando em uma comunicação profunda em que há o processo de alteridade, de relação entre os elementos do mundo concreto e imaginário.

O autoconhecimento, conforme Barros (2017), é fundamental pelo fato de que tanto o eu quanto o outro são duas possibilidades que nascem do mesmo lugar. O eu e o outro são divisões, repartições de um mesmo inconsciente antropológico (JUNG, 2014). Daí a necessidade de um terceiro realmente incluído: introduzir a diferença para que seja possível notar o que há de contraditório entre as divisões do eu e do outro. Entretanto, na contemporaneidade, o que se percebe é a exclusão desse terceiro elemento (BARROS, 2017) que carrega consigo o caráter do diferente, do inusitado. Por isso, o ato de esperar e registrar é tão necessário à alteridade, pois devaneamos com a intenção de conhecer o mundo – momento em que o diferente pode ser conhecido. Essas considerações organizam a fertilidade dos olhares feminino e masculino, mostrando como o seu equilíbrio é de fundamental importância para o viver em sociedade: sem eles ou, ainda, com o seu desequilíbrio, a alteridade não consegue se mostrar integralmente e a

relação do eu com o outro é transformação em uma via unilateral. Quando, na verdade, a via não é sequer de mão dupla, mas sim de um espaço complexo, dinâmico e simbólico que entrecruza as experiências.

Nesse contexto, o caminho não é unilateral, em que apenas um olhar é priorizado, como, por exemplo, o olhar do fotógrafo que carrega em mãos a arma a ser apontada ao outro. A via, nos termos imaginais do masculino e do feminino, é de mão dupla, podendo abrir-se, ainda, para uma terceira etapa: o conhecer. A câmera fotográfica, quando presente em um determinado contexto, pode trazer aspectos positivos desde que (1) impregnada pelo feminino e (2) carregada pelo masculino. Os verbos esperar, registrar e conhecer formam, assim, três lados de uma mesma moeda.

Referências

- ANDUJAR, Cláudia. **A Luta Yanomami**. São Paulo: IMS, 2018. (organização de Thyago Nogueira)
- ANDUJAR, Cláudia. **Yanomami: A Casa, a Floresta, o Invisível**. São Paulo: DBA, 1998.
- BACHELARD, Gaston. **A poética do devaneio**. 4 ed. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2018.
- BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Ciência e imaginário: a fotografia como heurística. **Flusser Studies**, [s.l.], v. 15, 2013.
- BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Comunicação e Imaginário – Uma proposta mitodológica. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 33, n. 2, 2010a.
- BARROS, Ana Taís Martins Portanova. Comunicação e Imaginário: algumas contribuições da Escola de Grenoble. In: LEÃO, Lúcia (Org.). **Processos do imaginário**. São Paulo: Képos, 2016.
- BARROS, Ana Taís Martins Portanova. O que é o Sagrado no Instagram? Sacralização, dessacralização e ressacralização na cultura midiática. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 42, n. 1, 2019.
- BARROS, Ana Taís Martins Portanova. O segredo de Bresson. **Ghrebh - Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia**, São Paulo, n. 18, 2012.
- BARROS, Ana Taís Martins Portanova. O sentido posto em imagem: a comunicação de estratégias contemporâneas de enfrentamento do mundo através da fotografia. **Galáxia**, São Paulo, n. 19, 2010b.

CARTIER-BRESSON, Henri. O instante decisivo. In: **O imaginário segundo a natureza**. Barcelona: GustavoGili, 2004.

COSTA, Helouise. Um olhar que aprisiona o outro: o retrato do índio e o papel do fotojornalismo na revista O Cruzeiro. **Imagens**, São Paulo, n. 2, 1994.

DUBOIS, Philippe. O golpe do corte. In: **O ato fotográfico**. Campinas: Papirus, 2012.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DURAND, Gilbert. **O imaginário**: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.

GONÇALVES, Sandra Maria Lúcia Pereira. A alma da floresta: Sonhos, por Claudia Andujar. **Revista Gama, Estudos Artísticos**, Lisboa, v. 7, n. 4, p.152-160, 2016.

INHOTIM, arte presente – Claudia Andujar. Direção: Pedro Urano. Belo Horizonte, Camisa Listrada: Quarteto Filmes, 2018. 52 min. Disponível em: <<https://www.netflix.com/title/81311699>>. Acesso em: 21 fev. 2021.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 11 ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

KRENAK, Ailton. Claudia Andujar por Ailton Krenak e Renata Tupinambá. Conversa na Galeria. Instituto Moreira Salles, **Youtube**, 20 fev. 2019. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=bAJi-JBCn8>>. Acesso em: 21 fev. 2020.

MACHADO, Arlindo. As máquinas de aprisionar o Karom. **Fotoptica**, n. 117, 1984. Disponível em: <<https://revistas.biblioteca.ims.com.br/fotoptica/1984/revista/publicacao117/50/>>. Acesso em: 21 fev. 2021.

MARTINS, Ana Taís. Narrativas na Comunicação: a persistência mitogênica. **Alceu – Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 40, 2020.

NEUMANN, Erich. **A grande mãe**: um estudo fenomenológico da constituição feminina do inconsciente. 5 ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

IMAGENS E IMAGINÁRIOS DO NORDESTE NA LITERATURA DE SOCORRO ACIOLI

Viviane Santos Bezerra*

1. Introdução

O que nunca se viu, aqui se vê
João Guimarães Rosa

Desde meados do século XVIII a Europa ocidental já vinha passando por um processo de mudanças econômicas, sociais e culturais com reflexos variados entre as regiões, que historiadores e sociólogos posteriormente vieram a chamar de *modernização* (BERMAN, 1986). Porém, problemas começaram a ser encontrados (quanto ao significado ou implicações) quando o termo ou seus correspondentes passaram a ser utilizados em estudos sobre países e sociedades não europeias ou norte-americanas, chegando a se criar quase um paradigma; que posteriormente pode ter se configurado numa crise de identidade, sobretudo dos países latino-americanos, para os quais a modernização se resumiria quase sempre em projetar-se ou estar sob o olhar do outro – que pode ser importante pra a construção da própria identidade – mas muitas vezes acontece sem a devida consideração e olhar para suas próprias características.

A história política e econômica do Brasil mostra que ocorreram diversos surtos ou ímpetus de modernização que se sucederam, sendo que em nenhum desses surtos o país encontrou as vias para um desenvolvimento efetivo. Um país com a maioria da população rural ainda no final da década de 1950 se encontrou subitamente imerso numa segunda ou terceira revolução industrial, voltando-se a uma minoria a participação efetiva na sua produção ou outros benefícios por ela gerados.

* Doutoranda em Letras no programa Literatura e Vida Social pela Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", campus de Assis-SP. <https://orcid.org/0000-0002-9710-963X>. E-mail: viviane.bezerra@unesp.br. Orientação: Profº. Dr. Gilberto Figueiredo Martins, bolsista: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

Espaços e experiências modernas parecem ultrapassar as fronteiras de geografia, etnias, classe e nacionalidade, religião e ideologia; neste sentido, pode-se dizer que a modernidade une todo o gênero humano, porém é uma unidade paradoxal, uma unidade fragmentada. Para o estudioso Marshall Berman (1986), trata-se de uma multidão de processos sociais — enumera entre eles as descobertas científicas, as revoluções da indústria, as transformações demográficas, as formas de expansão urbana, os estados nacionais, os movimentos de massa —, todos impulsionados, em última instância, pelo mercado mundial capitalista. Ainda segundo ele, justamente nesta atmosfera turbulenta e agitada, de expansão das possibilidades da experiência e destruição das fronteiras morais e de laços pessoais, nasce a sensibilidade moderna que ao longo do século XIX, se traduz nas várias visões clássicas de modernismo. No século XX, entretanto, a tensão dialética da experiência clássica da modernidade sofreu uma transformação crítica. Embora a arte modernista registrasse triunfos nunca antes alcançados — o século XX, diz Berman, talvez seja o mais brilhantemente criativo na história do mundo —, ao mesmo tempo deixava de se conectar com ou de informar qualquer vida comum. O resultado foi a explanação de seu caráter essencialmente ambíguo ou dialético, ilustrado claramente por escritores ao longo do século pela tensão: progresso *versus* atraso, características estas que ainda deixam rastros na literatura do século XXI.

Acompanhando as transformações sociais, na literatura brasileira a realidade instantânea parece ter exercido mais do que um encantamento, guiando a produção de nossos autores ao longo do tempo, muitas vezes prejudicando a imersão na fantasia. Nesse sentido, Antonio Candido considera expectável o fato de os autores brasileiros terem “pouco da gratuidade que dá asas à obra de arte; e, ao contrário, muito da fidelidade documentária ou sentimental, que vincula à experiência bruta” (CANDIDO, 2000, p. 27). A esse entendimento, é seguro dizer que o movimento romântico, o realismo e o naturalismo, a vertente regionalista, a literatura de resistência, os neo-realismos, correspondem a esse viés altamente documental, ao passo que os caminhos trilhados pela literatura moderna indicavam, talvez, a

dissociação desse mimetismo. A realidade instantânea tem, portanto, percorrido obras de diversos autores em suas mais diversas formas desde o século XIX. Como refere Karl Eric Schollhammer em *Ficção brasileira contemporânea*:

Grande parte dos movimentos de vanguarda se distanciou inicialmente do realismo histórico de tal modo que sua memória funcionou sempre como uma espécie de "outro" recalcado, um inconsciente abafado contra o qual toda experimentação se media. Ao longo do século XX, o realismo fez o seu retomo sob diferentes formas — surrealismo, realismo fantástico, realismo regional, realismo mágico, *new-realism* e hiper-realismo, para citar apenas alguns —, definidas, principalmente, pela diferença que estabeleciam com o realismo histórico do século XIX. (SCHOLLHAMMER, 2007, p. 53)

A noção de regionalismo, por sua vez, reside num campo que parece ir além do literário, sendo construída historicamente, mas se mostrando, ao longo das décadas, indispensável para a criação literária nacional. Antonio Candido no primeiro volume de *Formação da literatura brasileira* (1975), afirma que o brasileiro na expressão foi elemento diferenciador a partir do qual a teoria da literatura brasileira estabeleceu os seus critérios de análise. Segundo ele essa teoria surgiu inspirada no gosto pela expressão local e pelo sentimento do exótico – gostos estes que diante da dialética de forma europeia e matéria brasileira podem ser vistos como elemento impulsionador do surgimento de uma tradição, uma tendência que se manifesta em diversos momentos da história do sistema literário nacional, até mesmo independentemente do que se chamou regionalismo e antes mesmo das delimitações geográficas, políticas e culturais das regiões do país. Podendo-se, então, falar em tradição regionalista como uma das dominantes construtivas do romance romântico brasileiro, podendo relacionar essa tradição às tendências modernas da literatura brasileira e estender sua presença até a atualidade.

No Nordeste o que pareceu predominar foi a conciliação de tendências de desagregação do mundo patriarcal e escravocrata, materializado do engenho, que eram fatores de modernização econômica e social, com a valorização das tradições e falas locais, fator de modernização literária, oposto ao academicismo (Graciliano Ramos, José Lins do Rego). Que papel

teriam hoje os romances regionalistas da década de 30, na sua intenção de denunciar as mazelas sociais, com suas linhas de força históricas atuando na composição narrativa? O chamado romance de 30 desenvolveu, tomando a região Nordeste como espaço, a crítica social como uma dominante construtiva da narrativa, de modo a acrescentar à questão das inovações técnicas a representação das tensões sociais como elemento caracterizador da noção de “moderno” do momento.

O que diferenciaria, portanto, enxergar realismo na nova geração de escritores seria o desejo de retratar a sociedade atual pelos pontos de vista “marginais ou periféricos” (SCHOLLHAMMER, 2007, p.54); os efeitos de realidade vêm por outros meios que não apenas o mimetismo antes caracterizado. A prosa urbana focada na realidade social das grandes cidades da década de 1960 ou a ascensão do conto curto da década de 1970, por exemplo, exemplificam o que seria o surgimento incisivo de uma literatura urbana que desenharia os contornos de uma ficção contemporânea que estaria em sintonia com o conturbado desenvolvimento demográfico do país.

A literatura produzida nas décadas de 1980 e 1990 já vem denominada como pós-moderna, híbrida, multifacetada, a literatura de mercado representada pela interação literária com outros meios midiáticos. Parece não haver mais nenhuma escola ou tendência clara que unifique as obras, a característica predominante se torna justamente essa heterogeneidade e ausência de característica unificadora. Como seria essa representatividade, então, no século XXI? O grande questionamento que buscamos acompanhar aqui seria como definir e classificar o contemporâneo na literatura, o que seria um acontecimento significativo na ficção brasileira atual? Ainda existiriam traços que configurariam uma identidade nacional na literatura brasileira contemporânea?

O livro *A bailarina fantasma*, escrito pela escritora cearense Socorro Acioli, publicado em 2010 pela editora Biruta e republicado em 2015 pela editora Seguinte, é o 14º livro publicado pela autora, e 12º destinado ao público infantojuvenil, além de ser o primeiro que compõe a *Série Anabela em*

quatro atos, da qual a ideia central era de que cada volume fosse ambientado em um grande teatro brasileiro diferente. A continuação da história já continha título e previsão de lançamento: *Ópera do medo* seria lançada no ano de 2016, o que, talvez por mudança nos planos da escritora, ainda não aconteceu.

O tema de *A bailarina fantasma*, segundo a escritora, surgiu a partir de uma lenda urbana que existe no Theatro José de Alencar, o mais antigo de Fortaleza: segundo alguns artistas, funcionários e ex-funcionários, há muitos anos, aparece por lá o fantasma de uma bailarina, sempre vestida de azul, muito leve, quase transparente – que passa pelas cadeiras da plateia ou surge dançando no palco. Após ouvir vários depoimentos, a autora desenvolveu uma pesquisa a partir da qual começou a construir sua história, partindo de questões como “quem seria esta bailarina?”, “por que aparece?”, entre outras...

Deste modo, nota-se que Socorro Acioli traz para seu texto elementos da realidade e do imaginário popular da região onde vive no estado Ceará ficcionalizando-os de forma a compor uma obra na qual a verossimilhança se torna elemento de grande destaque. Essa realidade, no caso de *A bailarina fantasma*, é transformada em fantasia, junto a elementos sobrenaturais em meio à trama. A história do livro é ambientada na própria cidade de Fortaleza-CE e o espaço onde se passa a maior parte da história (tanto na atualidade quanto no passado, como veremos) é o próprio Theatro José de Alencar. Além do conteúdo, outro elemento de destaque é a estrutura do livro, que, dividido em atos, faz com que o público leitor seja espectador diante da história que se passa como num espetáculo teatral. Além desta divisão, encontramos depoimentos, trazendo para o texto caráter jornalístico e também mudança de voz narrativa.

Socorro Acioli, no mínimo, instiga seu jovem leitor, uma vez que utiliza dados e datas verídicos na ambientação de sua trama, porém, parece ter algo a dizer ao encher esta realidade de magia e poesia. No final do século XIX, o Ceará vivia uma economia próspera com a cultura do algodão ao mesmo tempo em que a atividade intelectual efervescia em Fortaleza. Foi

nesse cenário econômico e cultural que a sociedade cearense propôs ao governo de Nogueira Accioly a construção de uma grande casa de espetáculos, o Theatro José de Alencar. O projeto foi concretizado em 1904, com a autorização da construção. As obras tiveram início quatro anos depois, exatamente no dia 6 de julho de 1908. A inauguração oficial do Theatro José de Alencar ocorreu no dia 17 de junho de 1910, e a primeira apresentação teatral se deu em 23 de setembro, com a companhia Dramática Lucilla Perez, com a peça “O Dote”, de Artur Azevedo. Em 10 de agosto de 1964, o Theatro foi tombado pelo Patrimônio Histórico Nacional como Monumento Artístico Nacional.

A autora faz questão de contar a história da inauguração do teatro nos mínimos detalhes em sua trama, que podemos notar ser fruto de uma intensa pesquisa de quem faz parte do ramo jornalístico, uma vez que, além de datas idênticas às reais (construção e inauguração do prédio), ela utiliza o nome real da empresa responsável pelas estruturas de ferro vindas da Escócia para a construção do teatro, a MacFarlane & Co., além de seu proprietário Walter MacFarlane se tornar personagem da trama como o avô de Clara, a bailarina fantasma que tem toda sua história revelada a partir de um diário, paralela à da construção do Theatro José de Alencar.

Anabela, a protagonista, é filha de Marcelo, o arquiteto responsável pela reforma do teatro que ocorre no final do século XX. Sendo criada apenas pelo pai, a menina passa a viver praticamente dentro do teatro, e inevitavelmente tem um encontro com o fantasma de uma bailarina chamada Clara, que ao perceber que Anabela pode enxergá-la, ouvir o que ela tem a dizer, a escolhe como a pessoa que poderá resolver aquilo que ela não pôde em vida, borrando as fronteiras entre realidade e fantasia, vida e morte. Em meio à verossimilhança, à fantasia e a uma personagem construída tão poeticamente, Acioli faz com que seus jovens leitores mergulhem intensamente em sua trama, sem subestimá-los.

Por sua vez, publicado em 2014, mas em processo de escrita desde 2006, o romance *A cabeça do santo*, estreia da escritora cearense Socorro Acioli como romancista, tem muito a dizer: é basicamente um convite para adentrarmos no interior do Nordeste brasileiro, passando por questões em vários âmbitos que ilustram e representam tanto daquilo que é e vive nosso povo e, mais do que isso, nos convida a adentrar na cabeça de um Santo Antônio onde vozes femininas ecoam fazendo suas preces que, acreditando ou não, passamos a ouvir.

Apesar de este romance ser o primeiro da autora, Socorro Acioli escreve desde os oito anos, quando, com *O pipoqueiro João* (1984), começou a se reconhecer dentro da literatura como escritora, principalmente de obras infanto-juvenis – uma delas, inclusive lhe rendeu um prêmio Jabuti na categoria Literatura Infantil em 2013: *Ela tem olhos de céu* (2012). Além da literatura infanto-juvenil, é autora de ensaios biográficos como *Frei Tito* (2001) e *Rachel de Queiroz* (2003), além de contos e crônicas, publicadas em livros e jornais. Nascida em Fortaleza em 1975, Acioli é graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo (UFC), mestre em Literatura e doutora em Estudos de Literatura (UFF).

O dado de ser jornalista pode ser interessante quando nos voltamos para a escolha temática presente na obra da escritora, que parte, em grande medida, de histórias e fatos presentes no imaginário popular, principalmente do Ceará. O romance *A cabeça do santo* começou a ser escrito em uma oficina de roteiros chamada “Como contar um conto”, oferecida em San Antonio de Los Baños, em Cuba em 2006 pelo escritor colombiano Gabriel García Márquez (1927–2014), considerado um dos autores mais importantes do século XX. Socorro Acioli foi a única brasileira selecionada para participar do curso, que teve sua última turma naquele ano em que ela participou.

Durante a oficina, os participantes deveriam escrever um esboço daquilo que acreditavam poder se transformar em roteiro, ou posteriormente, livro: alguma história real ou inventada que pudesse oferecer um bom enredo, avaliado pelo Gabo a cada encontro. Socorro Acioli conta ter sido a última a mostrar sua história, e, após ter ouvido tantas críticas do autor sobre os textos

em geral, não se sentia segura sobre sua escrita, porém, o desenrolar foi inesperado, diferente daquilo que imaginava: García Márquez ficou extremamente surpreso e envolvido pela proposta de enredo construída pela autora, além de curioso em saber mais informações acerca das origens de uma trama tão inusitada¹.

2. Cabeça vazia, oficina da escrita

Na cidade de Caridade, interior do Ceará, um fato local chamou a atenção de Acioli: há construída em cima de um morro da cidade uma estátua de cerca de trinta metros de altura de um Santo Antônio, padroeiro local, que foi encomendada pelo prefeito da época (1981-1985), e que nunca foi terminada, ficando sem cabeça – esta, se encontra abandonada a cerca de 3 km do corpo, em uma rua residencial, medindo em média cinco metros de altura, quatro de largura e oito de comprimento, inevitavelmente chamando a atenção de todos que passam por ali e de toda a população regional.

Segundo explicações locais, o fato ocorreu devido aos ventos fortes da região que impediram, também por sua dimensão gigantesca, que a cabeça fosse erguida e ficasse sobre o corpo do santo inacabado. Entrevistados por jornalistas e repórteres, alguns moradores do local declararam que esta cabeça, oca por dentro “serve de abrigo de vagabundos, banheiro público e motel”, declarações estas que despertaram em Socorro Acioli inspiração inicial para a trama de *A cabeça do santo*. A pergunta de García Márquez para a escritora era “como uma história dessas poderia ser real?”, que a personagem central, criada pela autora, fosse real e a cabeça inventada, era possível, mas imaginar o contrário o deixou perplexo.

Então, baseada neste fato verídico-absurdo, *A cabeça do santo* narra as pelejas de Samuel, jovem nascido em Juazeiro do Norte, que inicia uma peregrinação a partir do falecimento da mãe que no leito de morte lhe faz um pedido: que ele acenda três velas para três santos de sua devoção –padre

¹ Informações retiradas da entrevista com a escritora no canal *Sempre um papo*, disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=w_64op7KgVY

Cícero, São Francisco e Santo Antônio –. Também pede que ele procure seu pai e avó, até então desconhecidos. Sob o sol escaldante, descalço, num asfalto impiedoso, com seus pés em brasa, sujo, andando sempre em linha reta por dezesseis dias, Samuel chega a uma cidade no sertão chamada Candeia.

Depois de cumprir praticamente uma *via crucis* como andarilho, chegando ao limite físico e sendo alimentado apenas pelo pacto com sua mãe, encontra esta cidade praticamente deserta, algo totalmente diferente do que esperava. Refugia-se numa cabeça de santo enorme inacabada, uma caverna. Para sua surpresa, durante o descanso começa a ouvir vozes. E essas vozes são orações das moças da região, e apenas ele é capaz de ouvi-las. Ouve também uma mulher cantando músicas que escapam à sua compreensão. Decide que talvez seja uma boa ideia tentar atender a esses pedidos, entrando numa enorme confusão religiosa e política. O livro retrata uma verdadeira odisseia do protagonista em busca de cumprir os últimos desejos de sua mãe. Retrata também uma cidade quase fantasma que vai ressuscitando graças a um aspecto elementar na obra: embora desesperançosos, os moradores de Candeia mantêm sua fé. Ancestralidades, magia, perdão, destino, política, multiculturalismo e, sobretudo, milagres, são pilares desta obra.

A autora demonstra de uma forma brilhante em sua escolha formal, o apreço pela oralidade e pelo imaginário popular e, indo além, tenta mostrar como o Brasil é um país multifacetado e como isso pode ser averiguado a partir de nossa língua. Há no livro um capítulo chamado "Cordel", que mostra como os cordelistas nordestinos são capazes de transmitir toda uma história através de seus versos, escritos e recitados de uma forma tão particular. Ou, ainda, como a linguagem, ao mesmo tempo em que caracteriza seu povo, abre espaço para que palavras de outra língua possam fazer parte do vocabulário – a escrita de Acioli, aqui, é forte, sertaneja, poética. Traços da oralidade vêm representados, por exemplo, na escolha dos nomes das personagens como Mariinha, mãe de Samuel, ou Madeinusa, que o pai achou tão linda ao nascer que para ele devia "ter nome de coisa importada", como

o rádio que adorava e tinha gravado embaixo *MADE IN USA*. O livro faz, ainda, referência à cultura africana, através das *mornas* cantadas por duas personagens, mãe e filha cabo-verdianas, canções que os brasileiros que escutam não entendem, mas, mesmo sem entender, se apaixonam pela musicalidade.

Há, portanto, um trabalho intenso com a linguagem, que descreve vivências singulares, mas representativas de fatores coletivos que acabam por conduzir a uma temática universal. Vê-se refletido página a página, o quanto certas questões rompem com a noção de avanço cronológico: arcaico e moderno se misturam na construção de crenças, ceticismos, da subjetividade.

2.1. Tendências datadas, impasses contemporâneos...

Parece haver presentes n'*A cabeça do santo* elementos que remetem a duas tendências literárias: o típico regionalismo brasileiro da década de 1930, no qual, entre outras características, a construção do enredo se faz a partir da valorização espacial, personagem e espaço tornam-se quase uma coisa só, pois o lugar em que vive o personagem influencia diretamente o seu comportamento. As obras desse período trazem, além de uma linguagem simples, um enredo dinâmico que acabou seduzindo os leitores e propiciando sucesso de vendas para alguns autores. Assim como se assemelha a um realismo mágico presente, sobretudo, na literatura hispano-americana no século XX, talvez por influência de Gabo que, principalmente com *Cem anos de solidão* (1967), tornou-se o grande representante do gênero. Todavia, fica difícil definir e classificar tendências tão datadas dentro de uma literatura contemporânea que se faz, sobretudo, multifacetada, com a mistura de vários gêneros convivendo intensamente. Poderíamos, portanto, identificar a presença de diversas tendências, gêneros e subgêneros presentes na bagagem de um escritor contemporâneo.

Acerca destes escritores, o estudioso Karl Erik Schollhammer em *Ficção brasileira contemporânea* (2009), evidenciou que:

O escritor contemporâneo parece estar motivado por uma grande urgência em se relacionar com a realidade histórica, estando consciente, entretanto, da impossibilidade de captá-la na sua especificidade atual, em seu presente. [...] O essencial é observar que essa escrita se guia por uma ambição de eficiência e pelo desejo de chegar a alcançar uma determinada realidade, em vez de se propor como uma mera pressa ou alvoroço temporal. Nesse sentido, podemos entender que a urgência é a expressão sensível da dificuldade de lidar com o mais próximo e atual, ou seja, a sensação, que atravessa alguns escritores, de ser anacrônico em relação ao presente, passando a aceitar que sua "realidade" mais real só poderá ser refletida na margem e nunca enxergada de frente ou capturada diretamente. (SCHOLLHAMMER, 2009, p. 10)

E sobre a presença de alguns gêneros literários mais datados e suas derivações na literatura contemporânea:

Uma das sugestões dessa exposição é a de que exista uma demanda de realismo na literatura brasileira hoje que deve ser entendida a partir de uma consciência dessa dificuldade. Essa demanda não se expressa apenas no retorno às formas de realismo já conhecidas, mas é perceptível na maneira de lidar com a memória histórica e a realidade pessoal e coletiva. [...]. Visto desse ponto, o desafio contemporâneo consiste em dar respostas a um anacronismo ainda tributário de esperanças que lhe chegam tanto do passado perdido quanto do futuro utópico. Agir conforme essa condição demanda um questionamento da consciência histórica radicalmente diferente do que se apresentava para as gerações passadas [...]. (SCHOLLHAMMER, 2009, p. 11-12)

Embora reconheça a heterogeneidade deste amplo universo literário, o estudo do autor analisa como a geração dialoga com os cânones de nossa literatura. O que diferenciaria, portanto, enxergar realismo na nova geração de escritores seria o desejo de retratar a sociedade atual pelos pontos de vista marginalizados ou periféricos: os efeitos de realidade vêm por outros meios que não apenas o mimetismo antes caracterizado.

No romance de Acioli, mesmo o sobrenatural não se descola da realidade concreta, pois parte justamente dela. Antes da aparição de elementos estranhos no enredo, para descrever a viagem do protagonista, a autora adota um discurso que representa a secura sertaneja que remete a Graciliano Ramos, através da qual seguimos o personagem por seu caminho rumo ao desconhecido. Eis o início da trama:

Ele não tinha mais sapatos e seus pés, àquela altura, já eram outra coisa: um par de bichos disformes. Dois animais dentados e imundos. Duas bestas, presas aos tornozelos, incansáveis, avante, um depois do outro, avante, conduzindo Samuel por dezesseis longos e dolorosos dias sob o sol.

Nos primeiros dias o sangue e a água que minavam das bolhas arrebetadas nos seus pés chiavam em contato com o asfalto em brasa, inclemente. De tão secos, fizeram silêncio. Surgiu uma pele nova, quase um couro de cobra, esturricado, admirável engenho da natureza para os que não podem contar com nenhum lapso de piedade do inimigo. As pernas, gêmeos paradoxos: quanto mais magras, mais fortes. Os músculos cresceram, até nelas sujas que sustentavam as coxas de pouca carne. Ele, sujo como um desenterrado, andando sempre em linha reta. (ACIOLI, 2014, p.11)

Já o insólito aparece entranhado à trama, meio misturado a um misticismo religioso, de modo que, o que resta ao leitor, já atordoado e envolvido, é compactuar com estes eventos sobrenaturais para seguir rumo ao desfecho da narrativa. O primeiro momento em que aparece um elemento sobrenatural é em forma de um misticismo que perpassa gerações, o de saber o dia da própria morte: “A primeira da família a saber o dia da própria morte foi a tataravó, Mafalda. Pendurou os brincos no rasgo da orelha, passou perfume e batom, vestiu roupa de domingo na hora de dormir e foi despedir-se da filha[...]” (ACIOLI, 2014, p. 26). Algumas páginas adiante nos deparamos com outro elemento que vai dar sentido à trama - que é o das vozes que ecoam dentro da cabeça de Santo Antônio - naquele momento, abrigo para Samuel:

Eram exatamente cinco horas da manhã quando Samuel começou a acordar, atormentado, confuso. Ouvia vozes de mulheres, várias, falando ao mesmo tempo. Falando, falando, falando. Parecia reza, briga, conversa, tudo ao mesmo tempo. Talvez fosse pesadelo, pareciam as mulheres do Horto. Sentou-se, assustado, acordado, mas as vozes não paravam. Mais alto, mais forte e, sim, era reza. Parecia a voz das carpideiras amigas de Mariinha, tirando o terço quando morria gente. Samuel saiu correndo daquela gruta maldita sem lembrar que a perna estava ferida com a mordida do cão, que estava fraco, faminto, cansado, e caiu no chão poucos metros depois. Não tinha mulher nenhuma rezando ali, não havia ninguém por perto, nem os cachorros da noite. Do lado de fora, só mato, chuva fina e silêncio não se ouvia nenhuma voz, nem o sol fazia barulho para acordar. (ACIOLI, 2014, p. 32)

Esse elemento sobrenatural que perpassa a narrativa e que podemos chamar de insólito, aproxima-se de um campo cheio de subdivisões, em alguns casos, de difícil definição, que é o do universo fantástico. Mais especificamente do realismo mágico que teve seu ápice na literatura hispano-americana do século XX, principalmente no período conhecido como o *boom* latino-americano, que contribuiu para a maturidade desta literatura num processo no qual o romance tem fundamental importância. Eurídice Figueiredo e Antônio Roberto Esteves, em um capítulo intitulado “Realismo mágico e realismo maravilhoso”, no livro *Conceitos de Literatura e Cultura* evidenciam, sobre este período que, na América Latina:

Essas ideias atravessam o Atlântico e se espalham rapidamente pelo continente americano, onde encontram um terreno fértil, destruindo em pouco tempo os frágeis pilares da narrativa hispano-americana da época, baseada no modelo exógeno, que confundia a realidade com a descrição da exótica paisagem local, e das complexas relações sociais herdadas dos modelos coloniais aqui implantados. Assim, ainda no primeiro período entre guerras, surgem em vários pontos da América Latina escritores preocupados não apenas em romper com os modelos narrativos do século XIX mas, principalmente em superar os cânones europeus, tentando criar uma literatura, e, sobretudo, uma narrativa que focalizasse a crise do homem americano numa sociedade complexa que, ao mesmo tempo em que desejava ingressar na era industrial e tecnológica e seu universo urbano, ainda vivia em um mundo rural e agrário salpicado por relações econômicas e sociais medievais, num período em que a Europa discutia formas de superação do capitalismo. (ESTEVES; FIGUEIREDO, 2005, p. 393)

Diante da necessidade de explicar ou definir essa literatura e da falta de uma reflexão mais profunda sobre a questão, a crítica acabou criando alguns rótulos imediatos. Neste contexto, se popularizaram, principalmente nos meios acadêmicos, os termos *realismo mágico* e *realismo maravilhoso*. Dois aspectos relevantes foram apontados por Irlemar Chiampi em seu livro *O real maravilhoso* (1980): se por um lado a realidade é considerada misteriosa, ou mágica, ao narrador cabe adivinhá-la. Ou, se a realidade é considerada prosaica, ao narrador cabe negá-la.

O que se propunha a fazer era totalmente diferente: revelar, descobrir, expressar, em toda a sua plenitude, essa realidade quase desconhecida e quase alucinatória que era América Latina, para penetrar no mistério criativo da mestiçagem cultural. E também, fundamentalmente, marcar a diferença entre essa nova fórmula de fazer literatura – a que se chama realismo mágico e literatura fantástica europeia –, que se enlaça com os contos fantásticos orientais. Tratava-se de um realismo peculiar no qual o elemento novo não era a imaginação, mas a fórmula de representar a realidade, em que está o elemento fantástico. (ESTEVES; FIGUEIREDO, 2005, p. 395).

Com relação à difusão deste gênero no Brasil, não se sabe ao certo quem usou inicialmente a expressão. Quem parece ter primeiro proposto o entendimento da categoria, inseguramente chamando-a *fantasia*, foi Mário de Andrade, em 1943, ao aproximar contos de Kafka e de Murilo Rubião. É perceptível como a crítica brasileira relaciona o realismo mágico a autores hispano-americanos e a Kafka, para estabelecer relações temáticas, ou para demandar uma “nova” categoria fantástica. A admissão desses contatos ou de sua intensificação na virada dos anos 60/70 serviu, com frequência, para explicar o gosto “repentino” do escritor brasileiro pela ficção fantástica, uma vez que parte considerável das obras importadas, capitaneada por *Cem anos de solidão* (1969), se enquadrava no realismo mágico. Parecia difícil, então, falar de ficção fantástica brasileira sem invocar a interferência dessa ficção estrangeira. Em *O realismo mágico*, obra de 1970, José H. Dacanal analisa *O coronel e o lobisomem* (1964), de José Cândido de Carvalho, e *Grande sertão: veredas* (1956), de Guimarães Rosa, a partir de características comuns partilhadas com *Cem anos de solidão*. As três obras “quase fazem parte de um novo gênero literário ou, pelo menos, estão a exigir uma classificação nova”. São “obras essenciais do ‘realismo mágico’, uma categoria com origem associada às “culturas autóctones” da América Latina (Colômbia, Guatemala, México, Peru e Cuba) e à recusa dos modelos culturais e literários europeus. (RODRIGUES, 2009, p. 128).

Neste sentido, há, segundo afirmações de Regina Zilberman (1977), raízes nacionais acerca deste gênero mesmo antes da década de 1970. Portanto, o fantástico brasileiro, que sempre esteve relacionado às literaturas de língua espanhola, ou mesmo a E.T.A Hoffmann, Edgar Allan Poe ou Franz Kafka, precisa ser e é, de certa forma, brasileiro.

3. Considerações finais

O aparato teórico sobre os gêneros literários que, em certa medida, compõem uma obra contemporânea, faz-se necessário para compreender como fecundas tradições literárias podem perdurar se reinventando na literatura recente, mesmo que esta se apresente fragmentada. Mais que isto, este romance mostra o vigor de um texto que representa não somente um Brasil, mas uma América Latina cheia de vivências extraordinárias, de difícil explicação, texto este repleto de ingredientes locais que fazem com que a obra alcance uma peculiaridade sem precedentes. Trata-se da construção de uma narrativa que vai, pouco a pouco, ao encontro do extraordinário para quem não conhece a realidade do sertão cearense, mas completamente possível para quem conhece. Estátuas gigantes, fanatismo religioso, miséria, exploração da fé alheia e coronelismo são só alguns dos pontos da realidade sertaneja que a autora leva para sua narrativa. Stephen Koch (2008) ressalta que a narração é inerente tanto à narrativa ficcional quanto à narrativa histórica, em consonância com as ideias de Paul Ricoeur; nenhuma história de ficção ou não-ficção existe, de fato, até que seja contada. Aqui, o mundo real existe como um gatilho para a construção da ficção, ambos unidos pelo ato de narrar.

Referindo-se à religiosidade, não é surpresa que apareçam no enredo acontecimentos inusitados, mas não à parte da realidade brasileira: a fé, possibilidade de geração de lucros, transforma-se em negócio ou política e, por isso, com interesses precisamente demarcados. O campo religioso brasileiro, é dominado pelo cristianismo. Dados indicam que catolicismo e protestantismo abarcam 90% dos brasileiros afiliados a alguma religião em nosso país.

A manifestação do cristianismo, enquanto religião predominante na população brasileira, tem raízes históricas profundas. Herança dos portugueses, o catolicismo sempre esteve intimamente vinculado à construção da cultura e identidade brasileiras. Seu processo de expansão e consolidação marca a segunda metade do século XIX com a insurgência da pluralidade e diversidade de vertentes.

Desse modo, Socorro Acioli traz em seu primeiro romance uma representação de aspectos intrínsecos à realidade brasileira: fé, religiosidade, misticismo – construindo, desta forma, uma estreita ligação entre literatura e sociedade, desde a temática até a estrutura e linguagem, atenuando a relação entre real e imaginário. Onde a fé e o misterioso imperam, a realidade é atravessada por lógicas muitas vezes inexplicáveis. “O absurdo, o paradoxo e o incrível estão no coração do continente latino-americano, mas também da história latino-americana propriamente dita”. (LA PLATINE e TRINDADE, 1997, p.62). Somos demarcados por uma confusão de limites não somente geográficos, mas entre o mágico, o real, o imaginário – “a sensação do maravilhoso”, escreveu certa vez Alejo Carpentier, “pressupõe fé, isso, claro, independentemente de qualquer opção religiosa e uma ligação constante com nossa terra e nossa história”, assim, da mesma forma que nós, leitores, precisamos da literatura - com seus elementos como: personagem, enredo, espaço, para preencher nossa demanda de fantasia e ficção e construir uma verdadeira travessia repleta de viagens às quais somos transportados – essas histórias precisam de nós, leitores compactuando com seus narradores para que a magia da narrativa aconteça.

Referências

ACIOLI, Socorro. A **cabeça do santo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

ACIOLI. **A bailarina fantasma**. São Paulo: Biruta, 2010.

BERMAN, Marshall. **Tudo o que é sólido desmancha no ar**. Trad. Carlos Felipe Moisés; Ana Maria L. Ioriatti; Marcelo Macca. São Paulo: Companhia das Letras, 1986.

CANDIDO, Antonio. **Formação da Literatura Brasileira: Momentos Decisivos**. 9. ed. Belo Horizonte: Editora Itatiaia, 2000.

CHIAMPI, Irlemar. **O realismo maravilhoso**. São Paulo: Perspectiva, 1980.

ESTEVES, Antonio R.; FIGUEIREDO, Eurídice. Realismo Mágico e Realismo Maravilhoso. In: FIGUEIREDO, Eurídice (Org.). **Conceitos de Literatura e Cultura**. Juiz de Fora: UFJF, 2005. P. 393-413.

KOCH, Stephen. **Oficina de escritores: um manual para a arte da ficção**. Trad. Marcelo Dias Almada. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

LA PLATINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é o imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1997. p. 58-71.

RICOEUR, Paul. **Tempo e Narrativa**. Trad. Claudia Berliner São Paulo: WMF Martins Fontes, 2010. 3v.

RODRIGUES, M. H. Antecedentes Conceituais e Ficcionalis do Realismo Mágico no Brasil. **Revista Letras**, Curitiba, n. 79, p. 119-135, set./dez. 2009.

SCHOLLHAMMER, K. E. **Ficção brasileira contemporânea**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

ZILBERMAN, Regina. **Do mito ao romance: tipologia da ficção brasileira contemporânea**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul; Porto Alegre: Escola Superior de Teologia São Lourenço de Brindes, 1977.