

Alberto Klein
Hertz Wendel de Camargo
(Orgs.)

**MITOS, MÍDIAS
& RELIGIÕES**
NA CULTURA CONTEMPORÂNEA



SYNTAGMA

Capa > Pedro Henrique Santos Curcel
Diagramação > Pedro Henrique Santos Curcel
Coordenação Editorial > Celso Moreira Mattos
Revisão > Mda. Ana Carolina de Godoy (PPGL-Unicentro)
Ficha catalográfica > Tércia Merizio, CRB 9-1248
Produção Eletrônica > Syntagma Editores Ltda.

Avaliação > Textos avaliados às cegas e aos pares

Conselho Científico Editorial:

Dr. Antonio Lemes Guerra Junior (UNOPAR)
Dr. Aryovaldo de Castro Azevedo Junior (UFPR)
Dra. Beatriz Helena Dal Molin (UNIOESTE)
Dr. José Ângelo Ferreira (UTFPR-Londrina)
Dr. José de Arimatheia Custódio (UEL)
Dra. Pollyana Mustaro (Mackenzie)
Dra. Vanina Belén Canavire (UNJU-Argentina)
Dra. Elza Kioko Nakayama Murata (UFG)
Dr. Ricardo Desidério da Silva (UNESPAR-Apucarana)
Dra. Ana Claudia Bortolozzi (UNESP-Bauru)
Dra. Denise Machado Cardoso (UFPA)
Dr. Marcio Macedo (UFPA)

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

KK64m Mitos, mídias e religiões na cultura contemporânea/organizada. por Alberto Klein; Hertz Wendel de Camargo; – Londrina, Syntagma Editores, 2017. 289 p.

ISBN: 978-85-62592-28-7

1. Comunicação de Massa. 2. Religião. 3. Ciências Sociais. I. Título. II. Klein, Alberto. III. Camargo, Hertz Wendel de.

CDU - 316.7



SYNTAGMA

Copyright © 2017, Syntagma Editores Ltda., Londrina (PR), 20 de abril de 2017.
www.syntagmaeditores.com.br

PREFÁCIO 9

AUTORES 281

1

DEGREDDADAS FILHAS DE EVA: MARCAS DISCURSIVAS DOS MITOS CRISTÃOS NOS BLOGS DE PROFESSORAS

SAMILO TAKARA, TERESA KAZUKO TERUYA

13

2

MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO E VISIBILIDADE PÚBLICA: AS IMAGENS DE BENTO XVI NO BRASIL

LUÍS MAURO SÁ MARTINO

33

3

O DISCURSO SAGRADO DO JORNALISMO

JOSÉ DE ARIMATHÉIA CORDEIRO CUSTÓDIO

53

4

O DON JUAN DE VITALIANO BRANCATI: DON GIOVANNI IN SICÍLIA, O MITO DE DON JUAN, ARQUÉTIPO, MITO, TRANSFORMAÇÃO E DESMISTIFICAÇÃO

CRISTINA MARTÍN-POSADILLO CORIASSO

87

5

**“SÓ A REALIDADE É CAPAZ DE CONTAR TUDO” -
IMAGINÁRIO MUDIÁTICO EM TRÊS DÉCADAS
DE LITERATURA ARGENTINA**

MARIANO GARCÍA

111

6

**A PEREGRINAÇÃO HOJE EM DIA:
VIAGEM MÍTICA, REAL, VIRTUAL**

ROSA AFFATATO

129

7

MITO Y TRASCENDENCIA

JOSÉ MANUEL LOSADA GOYA

147

8

**“QUANDO O LADRÃO SE TORNA SANTO E
O BANQUETE AJUDA A ESQUECER
A TRISTEZA...”: RITUAIS PERFORMÁTICOS,
A QUESTÃO DA IDENTIDADE E
A PRESERVAÇÃO DA CULTURA**

TADEUSZ LEWICKI

169

9

**FOTOGRAMAS DA PÁTRIA AUDIOVISUAL:
DIVERSIDADE ÉTNICA E PROJETO NACIONAL
EM DOIS CURTAS COMEMORATIVOS
DO BICENTENÁRIO ARGENTINO**

ALEJANDRA GARCÍA VARGAS

191

10

**A FÉ NO NOVO “CENTRO DO MUNDO” – A MÍDIA:
A BUSCA DE LEGITIMIDADE E AUTENTICIDADE
DA IURD VIA TV RECORD**

HEINRICH FONTELES

211

11

**REATUALIZAÇÃO DO MITO DA MORTE INICIÁTICA:
A REENCENAÇÃO DA VIA CRUCIS DURANTE
A JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE**

ELZA KIOKO DO COUTO, LORENA BORGES

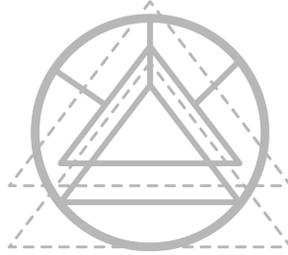
243

12

**MITO, TOTEM E MAGIA NA PUBLICIDADE:
ONDE VIVEM OS OBJETOS**

HERTZ WENDEL DE CAMARGO

263



MITOS, MÍDIAS E RELIGIÕES: SENTIDOS NA CULTURA CONTEMPORÂNEA

ALBERTO KLEIN¹
HERTZ WENDEL DE CAMARGO²

Em algum ponto distante do imaginário, em um tempo dominado pela oralidade, as palavras dão forma a narrativas fantásticas, alimentam o pensamento mágico e fundam mundos – criados pelos homens, mas regidos pelos deuses. Os sentidos das imagens criadas a cada mito narrado atravessam tempos e culturas chegando aos nossos dias, rememorados e, assim, ressignificados por meio de novas narrativas em suportes e linguagens próprios de nossa época tais como a mídia e a religião. Hoje, a “nova cultura oral” de Milton José de Almeida (autor do livro *Imagens e sons a nova cultura oral*, 1994) abrange não apenas o cinema e a televisão, mas outras formas de ouvir-ver-conhecer a realidade e o mito, como sistema cultural de produção de vínculos e significados, opera como memória, um gene diegético das produções midiáticas e, claro, do sistema das religiões atuais.

1 Professor do Programa de Mestrado em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2004). E-mail: betoklein@yahoo.com.br

2 Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Doutor em Estudos da Linguagem pela Universidade Estadual de Londrina (UEL). E-mail: hertzwendel@gmail.com

Segundo o mitólogo americano Joseph Campbell (2007) a religião é um mito mal compreendido o que significa dizer, em outros termos, que religião é mito. Na visão do jornalista Artur da Távola (1985), comunicação é mito. Segundo Malena Contrera (1996), o mito é texto fundante da cultura. Conforme o antropólogo Everardo Rocha (2010), a publicidade é mito. Para Camargo (2013) o mito é gene de todas as narrativas midiáticas, especialmente as audiovisuais.

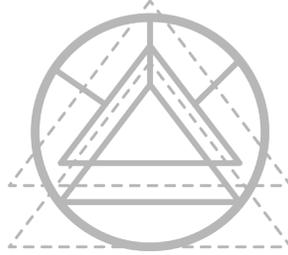
Ao tomarmos o cinema como um dos exemplos de espaço em que cultura de massa e mito se entrecruzam, encontramos elementos tanto na sua estrutura narrativa quanto no espaço de recepção – a sala de exibição – que remontam uma relação ancestral com os espaços sagrados, das imagens na caverna escura aos ambientes coetâneos de culto. Do cinema para a televisão, a estrutura da audiência – milhares de espectadores em suas casas, em suas poltronas e salas – reproduz a audiência dos espetáculos e cerimônias religiosas. Canevacci (1990), no livro *Antropologia do Cinema*, nos apresenta uma estrutura diegética do cinema comercial hollywoodiano a partir de sua observação do culto religioso da igreja católica, a missa.

O fato é que o mito, a mídia e o consumo possuem retóricas, narrativas e discursos que permitem a aproximação e intercâmbio signícos com a religião. O universo do consumo, regularmente, nos exhibe seu flerte com os discursos religiosos e as imagens dos ambientes de culto. São exemplos a batalha pela audiência dos programas de TV evangélicos e católicos, a arquitetura *eclesiástica* ou *faraônica* de shopping centers, a *ritualização* do consumo, a *peregrinação* para eventos e lugares de consumo em massa, os conceitos de *fidelição* e de *seguidores* (termos originados na religião), entre tantos outros. O livro *O paraíso do consumo: Émile Zola, a magia e os grandes magazines* (2016) é uma grande contribuição dos antropólogos do consumo Everardo Rocha, Marina Frid e William Corbo para os estudos basilares dessa relação entre os centros de compras, a magia do consumo e a formação do imaginário do homem urbano.

As relações entre as imagens da mídia e as imagens de culto ficaram menos nebulosas a partir da palestra *A imagem e os ambientes de imagens: o mito, o culto, a arte e a mídia*, proferida pelo pesquisador Norval Baitello Junior, na abertura da primeira edição do Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem – ENCOI – promovido pelo Mestrado de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (UEL). Como um ser vivo, a imagem te olha e também possui uma genealogia. “A genealogia é a pós-vida de uma imagem que é a pós-vida de outra imagem”, disse Norval. Desta forma, a imagem de arte é a genealogia da imagem midiática. A imagem de culto é a genealogia da imagem de arte. A imagem mítica é a genealogia da imagem de culto. O mito é a imagem primordial, ao mesmo tempo imanente e transcendente. A imagem midiática contém o DNA de todas as outras imagens. Imaginar significa pensar por meio de imagens, mas também representa que “estamos fazendo parte da natureza”, afirmou Norval, portanto, imaginar é também um retorno estético ao sagrado, à reintegração com o paraíso do qual um dia fomos expulsos.

Por fim, a proposta do livro *Mitos, Mídias e Religiões na Cultura Contemporânea* foi reunir pesquisadores de diferentes instituições brasileiras e internacionais para enriquecer os diálogos entre mídia e religião, tendo o mito como memória estruturadora de subjetividades e do imaginário. São olhares que partem de diferentes campos teóricos. Assim, reunimos pesquisadores da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Universidade Federal de Goiás (UFG), Universidade de Brasília (UnB), Universidade Estadual de Maringá (UEM), Universidade Estadual de Londrina (UEL), Faculdade Casper Líbero (SP), Universidad Complutense de Madrid (UCM), Universidad de Jujuy (Argentina) e Universidade de Marquette (Wisconsin, EUA). Esperamos que sua leitura seja tão prazerosa quanto o processo de organização desta coletânea.

Os organizadores



DEGREDDADAS FILHAS DE EVA: MARCAS DISCURSIVAS DOS MITOS CRISTÃOS NOS BLOGS DE PROFESSORAS

SAMILO TAKARA¹

TERESA KAZUKO TERUYA²

Este capítulo seleciona e problematiza os discursos disponíveis nos *blogs* de duas professoras. Embasados pelas teorias feministas e foucaultianas, ancorados nos Estudos Culturais, localizamos e questionamos as marcas discursivas dos mitos cristãos nesses territórios midiáticos. Reconhecemos os *blogs* como espaços de subjetivação em que os/as autores/as explicitam suas vivências e experiências. Nosso intuito é analisar os discursos oferecidos pelas professoras blogueiras como possibilidades para a formação das subjetividades de professores/as e comunicadores/

1 Doutor e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá (PPE/UEM). Professor assistente do Departamento de Fundamentos da Educação. Bolsista Capes/Fundação Araucária. Graduado em Comunicação Social – Jornalismo. Pesquisa na interface Mídia na Educação, Gênero e Sexualidade e Discurso. E-mail: sami.takara@gmail.com.

2 Docente do Departamento de Teoria e Prática da Educação e do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá. Pós-doutora pela UnB. Doutora em Educação pela Universidade Estadual Paulista Julio Mesquita Filho. Pesquisa em Mídias na Educação e Estudos Culturais. E-mail: tkteruya@gmail.com.

as em sua atuação como profissionais que reverberam verdades e sentidos de leitura ancorados nos mitos cristãos.

Nos denadas/os a viver e morrer com as dores e os pecados que os fiéis a essa divindade consideram como impuros: as desgraças humanas.

Nas escrituras bíblicas, Eva é produzida de uma costela de Adão, para não ser superior e nem inferior ao primogênito humano de Deus. Na passagem do Gênesis, explicita-se que a primeira mulher não tem como elemento primordial constitutivo um fragmento da cabeça ou dos pés de Adão, porque sua constituição seria de companheira desse homem original, nem superior, nem inferior.

Nossa investigação tem por base a análise dos discursos de normalização e desvio presentes nos *blogs* escritos por professores e professoras (TAKARA, 2013). Nesse trabalho encontramos alguns registros dos discursos de professoras que destacavam o mito cristão e relacionavam às vivências das mulheres com as personagens dessa tradição religiosa. Nossa questão norteadora é: De que modo as marcas discursivas da tradição cristã presentes nos discursos dos *blogs* das professoras ensinam as mulheres como serem, pensarem e agirem?

Nossa hipótese é que os discursos bíblicos que responsabilizam as mulheres pelas opressões e violências cometidas ainda está presente nos textos e nas ideias das professoras. Embasados pela discussão feita por Butler (1998), entendemos que o movimento de crítica do sujeito não é uma negação a suas formas de ser e agir, mas é um processo de investigação de como foram construídas as verdades estabelecidas nas relações entre os sujeitos para entendemos à contribuição da análise dos discursos dos/as professores/as para pensarmos sobre os *blogs* como espaços de formação.

ESPAÇOS DE SUBJETIVAÇÃO: EDUCAÇÃO, MÍDIA E PODER

*“Terias de ser mulher para saberes
o que significa viver com o desprezo de Deus”
(SARAMAGO, 2005, p. 163).*

Ao reconhecer uma atitude de heresia na frase de Saramago (2005), evidenciamos que essa afirmação não é uma apostasia, uma descrença generalizada dos mitos cristãos, mas é uma blasfêmia, uma ironia que busca mostrar “contradições que não se resolvem”. É “uma estratégia retórica e um método político” para reconhecermos o potencial de construção na linguagem (HARAWAY, 2009, p. 35).

O poder em Foucault (1995, 2006, 2009a, 2009b) está imbricado nas relações entre sujeitos livres que ora o poder se dá nas relações entre iguais, ora o poder é exercido por opressores contra oprimidos, ou seja, de formas simétricas e assimétricas, respectivamente. O poder se constitui nos jogos de verdade e é exercível, não apenas por um grupo hegemônico, um aparelho estatal ou uma instituição, mas sim nas relações que se destacam as verdades dos grupos sociais em determinados tempos e espaços. O poder manipula e é manipulado no discurso, agindo no nível da significação, transformando relações, identidades, práticas e culturas.

Esse potencial construtivo do exercício do poder é o nosso foco de análise para discutir as relações que se constroem nas identidades de gênero. Concordamos com o movimento contra a opressão, mencionado por Rosado-Nunes (1992) em relação “à resistência das mulheres”, no intuito de incentivar as lutas políticas, teóricas, educacionais e culturais pela incorporação dos saberes e das práticas femininas nos espaços midiáticos, escolares e sociais.

Ao invés de “integrar a mulher numa sociedade e numa Igreja onde prevalece o masculino como norma”, nossa discussão aproxima-se de uma busca para “transformar radicalmente as estruturas patriarcais, que necessitam de uma legitimação misógina e de um conhecimento androcêntrico do real” (ROSADO-NUNES, 1992, p. 24). Para tal empreitada, não bastam apenas elucubrações teóricas ou mesmo movimentos sociais nas ruas que destaquem e problematizem os discursos que encarceram e simplificam as vivências sociais como masculinas ou femininas. Para além dos movimentos teóricos e políticos, salientamos que a análise dos produtos e dos processos midiáticos, bem como a reinterpretação dos currículos

e das práticas pedagógicas são pertinentes na desconstrução de padrões e estereótipos que constituíram o binômio Eva-Maria.

“Segundo um mito, a mulher foi criada por Deus, tomando uma costela de Adão; logo, o corpo da mulher ‘nasce’ do corpo de homem. Parece que, desse mito, já surge a submissão da mulher frente ao homem” (BARRACHI, 2004, p. 163). E essa submissão não fica apenas atrelada a esse fato no mito cristão, para além desse surgimento que dependeu do homem, a primeira mulher, Eva, segundo a tradição cristã, teria traído a divindade que a criou por comer de um fruto proibido.

Esse mito foi reverberado e rarefeito nas sociedades ocidentais. Nos escritos bíblicos, a virgem Maria é a mulher gerou o salvador da humanidade, a remissão de todos os pecados cristãos. Essa mulher teria sido abençoada pela divindade cristã e ficou grávida sem nenhuma relação sexual. Seu filho foi considerado também filho dessa divindade e veio ao planeta Terra para eximir os homens do pecado, entretanto, o discurso do pecado original (Eva ter comido o fruto proibido) continuou a ser reverberado, mesmo depois de esse mito ser difundido.

A representação cultural de mulher está relacionada intimamente a representação de homem. Tomamos o mito cristão para analisá-lo como parte de uma concepção de mundo, percebemos que as mulheres ficaram marcadas, como ressaltam Santos e Orso (2011, p. 1), como uma identidade “fraca, suscetível e, dentro da concepção cristã, herdeira do pecado original”. Ainda ressaltam os autores, que “conforme os escritos sagrados [cristãos], toda a sorte de mazelas que assombram a humanidade são resultados da desobediência e ingenuidade da primeira mulher [Eva]” (SANTOS; ORSO, 2011, p. 3).

Esses discursos foram perpetuados por instituições religiosas que validam esse mito como uma possibilidade de surgimento da vida na Terra. Entretanto, não foi apenas a Igreja, como instituição, a difusora desses valores e ideais. Segundo Foucault (2009b) os jogos de verdade são constituídos entre reverberações e rarefações. São releituras, reinterpretações que carregam os enunciados

e formam ideias, conceitos e práticas sociais acerca do que é ser mulher e do que é ser homem com base nesses preceitos míticos.

Desde a disseminação do mito do pecado original, três instituições contribuíram para formar a ideia de mulher como ser inferior, que são as instituições médicas, jurídicas e educacionais (FOUCAULT, 1987). A escola francesa foi pensada para formar o homem burguês, civilizado e moral. Educado pelos princípios da Revolução Francesa de Liberdade, Igualdade e Fraternidade, que pretendeu desvincular as instituições religiosas do Estado. Vistas como inferiores biológica e intelectualmente, as mulheres ficaram represadas nos espaços privados, na casa dos pais ou dos maridos, como propriedades dos homens.

Essa educação e visão de mundo foram marcadas por uma moral constituída no mito cristão e continuam a interferir nas propostas pedagógicas e nos discursos midiáticos que se propunham a informar, entreter e oferecer produtos e serviços. As mídias seguiram o ideal patriarcal durante todo o século XX, sugerindo personagens, produtos, serviços e modos de ser e agir para as mulheres dentro do padrão moral cristão. As subversões desses papéis começam a ser problematizadas pelas feministas no início dos anos 1960, em que algumas fanzines (revistas de baixo custo) foram produzidas para apresentar outros modos de ser e agir como mulher no mundo.

Com o avanço tecnológico surgiram outras possibilidades de comunicação no final do século XX e no início do XXI. O desenvolvimento dos sistemas *web* permitiu que as pessoas pudessem expor suas maneiras de compreender o mundo. Por exemplo: os *blogs*. Esse território midiático surgiu em 1997, segundo Araújo (2009) e a expressão era *weblog*, desenvolvida pelo norte americano Jom Barges. O termo *blog*, afirma Rodrigues (2011, p. 1-2), é “uma abreviação das palavras inglesas *web* (rede) e *log* (diário de bordo onde os navegadores registravam os eventos das viagens). Na realidade os *blogs* podem ser considerados autênticos diários, mas em formato electrónico”. Para Komesu (2010), os *blogs* são espaços para troca de informações e que colocam leitor e produtor de texto no mesmo espaço, mudando os sentidos de escrita e de leitura.

Para Baltazer e Aguaded (2005), esse instrumento de comunicação enriquece as interações por permitir a leitura de texto e de comentários acerca de determinado tema. Nós entendemos que “o *blog* “é um território e seu dono ou sua dona é quem subjetiva e se apodera dos discursos presentes ali” (TAKARA, 2013, p. 74). Esse espaço *online* oferece também elementos para pensarmos a educação e a formação de professores e professoras. Ao entrar em contato com as informações e opiniões discutidas, reverberadas e rarefeitas nos *blogs*, os sujeitos têm elementos para discutir, problematizar e visualizar práticas, conceitos e modos de agir no mundo.

Com base nessa perspectiva, analisamos os *blogs* que apresentam discursos acerca do gênero feminino marcados pelos mitos cristãos. Vasculhar estes textos dos *blogs* para analisá-los é uma forma de compreender as perspectivas das professoras que atuam nas salas de aula. Saber o que acreditam ser masculino e feminino e quais são os discursos utilizados na sua prática pedagógica são indicativos para reconhecer os posicionamentos que circulam entre professores e professoras. Nossas maneiras de ser e agir também estão presentes em nossas aulas e nossa didática é constituída de nossas perspectivas.

AS MARCAS MÍTICAS NOS DISCURSOS DAS PROFESSORAS

No intuito de explicitar as marcas discursivas presentes nas postagens analisadas, evidenciamos duas marcas como indicadores de perspectivas discursivas: a igualdade e a mulher pecadora. No primeiro indicador destacamos os discursos que inter-relacionam as atuações femininas e masculinas e os comparativos presentes nos discursos das professoras. Nosso segundo indicador é a presença dos discursos do pecado nos *blogs* que fazem referências à responsabilização da mulher por sua atuação indigna, porque contraria os preceitos bíblicos.

Nesta análise, não é nosso intuito desacreditar ou desvalorizar a cultura cristã e seus mitos, diferente do modo como às institui-

ções embebidas desse discurso enxergam as pluralidades. Reconhecemos na pesquisa científica e nas instituições norteadas por essa perspectiva de investigação o intuito de problematizar de que modo os discursos que balizam os mitos cristãos foram impregnados na vivência social, de tal modo que a educação feminina foi marcada por esses mitos.

Em nossa pesquisa sobre as normalizações e os desvios dos discursos de professores e professoras, analisamos seis *blogs*, definidos temporalmente entre 3 de dezembro de 2010 a 3 de dezembro de 2011, estimulados pela efetivação de cursos de especialização na temática de gênero, sexualidade e educação e pelas Diretrizes Curriculares para acerca do Gênero e da Sexualidade em 2010, no Paraná (TAKARA, 2013). No intuito de aprofundar as análises desse *corpus*, buscamos nos *blogs* analisados anteriormente as marcas discursivas referentes às noções de igualdade e de mulher pecadora. Problematicamos trechos dos textos e os discursos de dois *blogs*: *Educação e Sexualidade*, da professora Dra. Cláudia Bonfim e *Experiências em Educação*, da professora Nana Rey.

Encontramos textos com apontamentos como “Mulheres são violentas porque o ambiente exige. Homens são violentos porque [...] porque são homens” (REY, 9 mar. 2011)³, em um dos *blogs*, no outro vislumbramos trechos como “Lembrem-se antes de sermos homens ou mulheres, somos seres humanos!” (BONFIM, 27 de set. 2011). Esses comparativos são complexos porque não se ocupam de problematizar quais homens e mulheres estão sendo comparados. Valemo-nos das discussões de Azerêdo (2011, p. 42) em que “cada um e cada uma de nós criamos nossos próprios conceitos e assumimos responsabilidades por essa criação podemos deslocar esse conhecimento supostamente universal e verdadeiro que nos submete ao preconceito”. O discurso de mulheres serem violentas em resposta a estímulos do meio social, enquanto homens apenas são violentos, como essência é um discurso carregado de uma característica natural do sexo macho.

3 Essa reportagem está disponível no endereço <<http://www1.folha.uol.com.br/ciencia/885297-agressividade-e-natural-aos-meninos-e-pode-surgir-nas-meninas.shtml>>. Acesso em: 15/08/2013.

Evidenciar essas características que borram as diferenças nos possibilita participar da proposta de Azerêdo (2011, p. 64), em que por meio da diferença é possível “desmontar a maquinaria que produz um sentido unívoco de verdade”. Reconhecemos o potencial formativo das comparações propostas pelos discursos nos *blogs*, como possibilidades de reconhecer as engrenagens e os dispositivos pedagógicos que influem nos modos de ser professor e ser professora, como destaca Fischer (2001, p. 587). Para esta pesquisadora, vislumbrar esses dispositivos e seus funcionamentos é perceber “uma série de ‘verdades’ veiculadas” em diferentes discursos das mídias e que “se auto-avaliar ou autodecifrar, a partir do constante apelo à exposição da intimidade que, nesse processo, torna-se pública” a perspectiva das mídias e seus discursos pedagógicos.

Seguindo as indicações de Fischer (2001), analisamos os discursos reverberados por Nana Rey: “Faz sentido: menos de 3% dos presos brasileiros são mulheres. Geralmente, cometeram crimes passionais ou foram presas porque ajudaram um companheiro criminoso” (REY, 9 de mar. 2011). Nesse discurso é possível inferir a ideia de que a mulher é dócil e amável e apenas quando está sob a tutela de um homem agressivo ou criminoso seria capaz de cometer um crime. Acerca da violência para a mulher, Azerêdo (2011, p. 96) explicita que na queixa sobre a violência, a mulher não reconhece que não está isenta da culpa. “A mulher quer acreditar e fazer acreditar que não tem nenhuma responsabilidade na situação”.

Esse discurso sugere que nenhuma mulher seria capaz de atos violentos, criminosos ou hediondos porque elas são delicadas, sensíveis e amáveis. A educação para as mulheres está impregnada nessa moralidade do corpo e da personalidade feminina, em que para ser mulher, é necessário não ser violenta. Saffioti (2004, p. 73) desenvolveu uma pesquisa sobre a violência e a mulher na sociedade patriarcal e discutiu o conceito de “síndrome do pequeno poder”. Para a autora, essa atitude é comum em homens e mulheres que estão pressionados/as pelas violências psicológicas, sociais, verbais, físicas, de trânsito, além dos assédios nas relações humanas, acabam por vazar essa violência em sujeitos que não

possam responder, no caso das violências domésticas e da agressão dos pais e das mães sobre seus filhos e suas filhas.

Ainda discutindo a violência em relação à igualdade, analisamos a reportagem apresentada por Nana Rey (9 mar.2011) para discutir o reconhecimento dos dispositivos pedagógicos presentes. O discurso dessa reportagem nos remete ao caráter biológico usado como um determinante da relação dos sujeitos com o mundo. No texto há uma indicação de que “os meninos têm, em média, áreas cerebrais ligadas à empatia com os outros menores do que as meninas, especialmente o córtex pré-frontal” (REY, 9 de mar. 2011).

Embasados por Haraway (2009, p. 42) discutimos o processo de construção histórica, social, biológica e cultural dos corpos, a feminista discute que os/as “ciborgues” são seu mito em que homem e tecnologia não se dissociam mais. Nesse momento que vivemos, as “ferramentas corporificam e impõem novas relações sociais para as mulheres no mundo todo”. Desse modo, também buscamos, como a autora “uma linguagem comum na qual toda a resistência ao controle instrumental desaparece e toda a heterogeneidade pode ser submetida à desmontagem, à remontagem, ao investimento e à troca” (HARAWAY, 2009, p. 47).

O discurso que compara os cérebros de meninos e meninas mostra uma naturalização das características de gênero. Inspirados por Haraway (2009), buscamos desarticular e desestruturar esses discursos. Como nos ensina Foucault (2006, p. 12), a construção dos saberes está atrelada aos poderes desses conhecimentos. Desnaturalizar as masculinidades e as feminilidades e assumi-las como identidades de gênero possíveis é ir contra uma naturalização que é usada como para “a obtenção da verdade” e, desse modo, para a fixação das performances dos sujeitos. O discurso médico e biológico ainda trata das relações entre as identidades de gênero, o corpo, o cérebro, os hormônios. Para Haraway (2009), esses hormônios e esses corpos são construções instáveis, possíveis e passíveis de mudanças, assim como as performances de gênero.

Whitaker (1988) explicita que as mães ao amamentarem as meninas tratam-nas de forma diferente. Se um menino morde

o mamilo materno, ou suga com força, ele está com fome, se uma menina faz isso, ela é esfomeada, não pode ser violenta, e as mães reprimem desde a mais tenra idade a menina, tirando-lhes o seio e só deixando-as tomar o leite quando elas agem de forma menos impulsiva.

A mulher, nos preceitos dos mitos cristãos, deve ser subserviente as vontades do homem e da divindade dessa mitologia. Sua educação é para a mansidão e a docilidade, como observamos na discussão feita por Whitaker (1988). Seria mesmo uma diferença cerebral que atua na concepção de feminilidade e masculinidade, ou seria nosso processo educacional que altera o desenvolvimento dessas zonas cerebrais? Recorrendo as discussões feitas por Foucault (2009a) sobre a construção das Ciências Naturais e das Ciências Humanas, é necessário entendermos que os discursos científicos foram desenvolvidos para legitimar determinados conhecimentos em detrimento de outros.

Discutir a igualdade significa retomar também a necessidade de pensar a diferença (HALL, 2003; WALLERSTEIN, 2004; WOODWARD, 2007). Esse binário é importante para pensarmos os discursos que constituem nossos valores, nossas práticas e que reverberam os discursos míticos cristãos em nossa educação e na mídia. Como recorda Hall (2003, 197), somente após as investidas feministas na década de 1960, os estudos universitários científicos começaram a incorporar as mulheres como proponentes diretas e sujeitos de pesquisa.

A hegemonia discursiva guarda enunciados dos mitos cristãos. Recorremos aos estudos de Foucault (1995, p. 232) ao declarar que “não é poder, mas o sujeito, que constitui o tema geral de minha pesquisa”. Vislumbramos os sujeitos conduzidos por um “poder pastoral” constituído na relação entre o indivíduo que exerce o poder e aquele que sofre seu exercício. Foi com base no poder religioso, que os mitos cristãos mantiveram suas significações criando “condutas” e conduzindo, por meio dos valores disseminados em nossa sociedade modos de ser homem e de ser mulher (FOUCAULT, 1995, p. 244).

Esse movimento dissocia a oportunidade de uma igualdade entre os sujeitos. Os discursos impregnados do ideal mitológico cristão relegaram a mulher a responsabilidade do pecado original e como única conduta a atuação como mãe e como esposa. Mesmo com as alterações nas sociedades nessas primeiras décadas do século XXI, existe uma educação ensinada em instituições como a escola e a mídia que disseminam os valores e as práticas de ser mulher como aquela que deve se responsabilizar pelas culpas, aquela que deve agir de forma branda e aceitar a penitência, aquela que deve se espelhar em uma virgem sacra que só foi violada pela divindade de seu mito.

Ao enfocarmos no nosso segundo indicador, que leva em consideração o mito de Eva e o pecado como discursos cristalizados pelos mitos cristãos na construção da mulher, destacamos as postagens que fazem essa relação. A professora blogueira Cláudia Bonfim apresenta uma discussão acerca do mito cristão feita pela pesquisadora Sueli Carneiro⁴

“Quando falamos que a mulher é um subproduto do homem, posto que foi feita da costela de Adão, de que mulher estamos falando? Fazemos parte de um contingente de mulheres originárias de uma cultura que não tem Adão [...] Fazemos parte de um contingente de mulheres ignoradas pelo sistema de saúde na sua especialidade, porque o mito da democracia racial presente em todas nós torna desnecessário o registro da cor dos pacientes nos formulários da rede pública, informação que seria indispensável para avaliarmos as condições de saúde das mulheres negras no Brasil, pois sabemos, por dados de outros países, que as mulheres brancas e negras apresentam diferenças significativas em termos de saúde” (BONFIM, 31 de jul. 2011).

No excerto acima, a autora trata da opressão que ainda está relacionada ao mito cristão, mas também às questões raciais, sociais, políticas e culturais que ainda precisam ser discutidas. Ao destacar o pecado original como fato de merecimento dos sofrimentos e das violências que acometem as mulheres, a autora in-

⁴ O texto de Sueli Carneiro está disponível neste endereço <http://www.unifem.org.br/sites/700/710/00000690.pdf>

dica outras marcas sociais presentes nos discursos pedagógicos, midiáticos, sociais, culturais e políticos.

No dia 8 de março, Dia Internacional da Mulher, Nana Rey destaca o que são os atributos da mulher em sua concepção ao parabenizar a mulher. Encontramos adjetivos como “SER guerreiro, guerrilheiro, lutador...”, “multimídia, multitarefa, multifaceta, multi-acaso... multi-coração...”, “SER que dá conta, que vai além da conta, que multiplica, divide, soma e subtrai, sem perder a conta, sem se dar conta, de que esse século foi seu parto”, “Humus da humanidade”, “Raiz da sensibilidade”, “Tronco da multiplicidade”, “Folhas da serenidade”, “Flores da fertilidade”, “Frutos da eternidade... Essência da natureza humana” (REY, 8 de mar. 2011).

Essas características invocam marcas as mitológicas cristãs. A mulher é responsável pela fecundidade, pela formação das crianças e deve ser sempre e em todo momento grata pelas múltiplas tarefas desgastantes em suas três ou quatro jornadas de trabalho. Além disso, precisa compreender a todos e todas ao seu redor, ser aquela que deve cuidar e proteger como a virgem Ave Maria, aquela que deve redimir o pecado de Eva.

Com base nos estudos de Foucault (1988, 2006, 2009a, 2009b) e Hooks (2008), destacamos que a atuação dos sujeitos no mundo, estas performances são as atuações identitárias, as marcas históricas, sociais, culturais, econômicas e políticas que impregnam os gestos, os discursos, as ações e as reações dos sujeitos em determinados espaços e tempos. Ao reconhecermos que a performance é uma construção feita na interação entre os sujeitos, os tempos e os espaços que se encontram, ressaltamos que os discursos marcam formas de ser e as palavras “impõem-se, criam raízes em nossa memória contra nossa própria vontade” (HOOKS, 2008, p. 857).

Esses discursos estão atrelados aos mitos que foram disseminados em nossas culturas no Ocidente. Apresentamos um poema postado por Nana Rey e, que para esta blogueira, são palavras de um sábio, mesmo sem saber quem é o/a autor/a deste texto. Meu nome é MULHER!/Eu era a Eva/Criada para a felicidade de Adão/Mais tarde fui Maria/Dando à luz aque-

le/Que traria a salvação/Mas isso não bastaria/Para eu encontrar perdão/Passsei a ser Amélia/A mulher de verdade/Para a sociedade/Não tinha a menor vaidade/Mas sonhava com a igualdade/Muito tempo depois decidi:/Não dá mais!/Quero minha dignidade/Tenho meus ideais!/Hoje não sou só esposa ou filha/Sou pai, mãe, arrimo de família/Sou caminhoneira, taxista,/Piloto de avião, policial feminina,/Operária em construção.../Ao mundo peço licença/Para atuar onde quiser,/Meu sobrenome é COMPETÊNCIA/E meu nome é MULHER..!!!! (REY, 19 de jan. 2011)

Nas discussões de Azerêdo (2011) incorporamos as relações estudadas por Del Priori (2000) para problematizar essa representação da mulher na sociedade ocidental e salientar como a dicotomia Eva-Maria está presente nas relações sociais e nas representações midiáticas. A visão da “mulher de verdade”, referência feita pela professora Nana Rey, a música de Ataulfo Alves e Mário Lago, é discutida por Azerêdo (2011, p. 20-21), a mulher Amélia seria então “esposa tão abnegada, que gosta de passar fome, que vive para o marido e o lar” e que está relacionada à produção de uma feminilidade por meio do consumo. A autora salienta que existem discursos da mídia e da sociedade para a compra de artefatos, produtos e serviços que prometem às mulheres a beleza tão cobiçada.

“Liberar-se, contrariamente ao que queriam as feministas, tornou-se sinônimo de lutar, centímetro por centímetro, contra a decrepitude fatal. Decrepitude, agora, culpada, pois o prestígio exagerado da juventude tornou a velhice vergonhosa” (DEL PRIORI, 2000, p. 11). Para Azerêdo (2011) a dicotomia santa/virgem-puta (referência aproximada à salvação da Ave Maria em oposição ao pecado original que herdamos de Eva) está como “fundante – da sociedade capitalista falocêntrica, baseada na instituição da heterossexualidade e na competição”. Entretanto, Del Priori (2000) explicita que com o fim do século XX, as mulheres brasileiras começaram a sair dos espaços rurais, do privado lar, para lutar por melhores condições de vida nos espaços públicos.

Para merecer esses espaços, a mitologia cristã do pecado original

visível marca as relações, pois “a mulher vê-se na obrigação de buscar um equilíbrio entre o público e o privado” (DEL PRIORI, 2000, p. 12). Além disso, há cobranças para que as mulheres não abandonem totalmente o espaço privado, devem ter prazer em cozinhar, costurar, cuidar das crianças e do lar e ainda agradar o marido. Tais referências são agora somadas a uma “tirania da perfeição física que empurrou a mulher não para a busca de uma identidade, mas de uma identificação” (DEL PRIORI, 2000, p. 13).

O ideal de liberdade foi capturado pelo mercado e as mulheres foram empurradas para uma necessidade sem tamanho de aumentar o conflito entre Eva- Maria presente nos discursos que as formam. Um exemplo dessa relação é a publicação da letra da música *Folhetim*⁵ composta por Chico Buarque no blog da professora Cláudia Bonfim.

A liberdade feminina pode ser compreendida na letra da música como uma possibilidade para a satisfação do masculino, seja sexual, emocional ou cultural entre esses eixos discursivo – ela deve “dizer meias verdades, sempre à meia luz”, e também, precisa fazer do homem um parceiro “vaidoso” que precisa supor “que é o maior e que me possui” (BONFIM, 21 de nov. 2011). Em outra postagem, a professora blogueira explica que deveríamos ter “maior responsabilidade corporal e afetiva”. Para esta empreitada, é necessário sair de uma “repressão sexual para uma vivência qualitativa, prazerosa e saudável da sexualidade” (BONFIM, 2 de dez. 2011).

Concordamos que é necessário desobstruir o desejo que ficou no binômio Eva-Maria, mas para tal feito, as mulheres precisam aprender a reconhecer os discursos e as pedagogias que constroem suas angústias e que os mitos cristãos propagaram concepções de ser mulher. Barrachi (2004, p. 167) explica que “reescrever e reinterpretar essa história [e esses mitos], colocando-as como sujeitos que empreenderam e empreendem ações, pois são as prin-

5 Se acaso me quiseres/Sou dessas mulheres/Que só dizem sim/Por uma coisa à toa/Uma noitada boa/Um cinema, um botequim/E, se tiveres renda/Aceito uma prenda/Qualquer coisa assim/Como uma pedra falsa/Um sonho de valsa/Ou um corte de cetim/E eu te farei as vontades/Direi meias verdades/Sempre à meia luz/E te farei, vaidoso, supor/Que é o maior e que me possui/Mas na manhã seguinte/Não conta até vinte/Te afasta de mim/Pois já não vales nada/És página virada/Descartada do meu folhetim (BONFIM, 21 nov. 2011).

cipais agentes na educação escolarizada”. Para a autora, nós temos condições de mudar um imaginário social, discutindo, problematizando e questionando as formas com que esses mitos foram incutidos pela sociedade e pela família, desconstruindo os valores morais opressores e repensando as mulheres como identidades possíveis. É na leitura dos discursos midiáticos e escolares que podemos repensar nossa atuação no mundo e acreditar em outras formas de ser e de agir.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os discursos presentes nas mídias e nas instituições escolares enunciam fragmentos dos mitos cristãos que são protagonizados por Eva e pela Ave Maria, fornecendo elementos para vislumbrar quais são os ideais, os conceitos e as práticas sociais oferecidas para a constituição das identidades femininas em nossas sociedades ocidentais. Confirmamos nossa hipótese de que essas marcas discursivas sobre os mitos cristãos fornecem modelos, práticas e modos de ser para os/as leitores/as e formam para uma atuação docente ainda articulada com ideais morais.

Problematizamos esses discursos como uma alternativa de repensar as práticas midiáticas e educacionais para reorganizar as maneiras de ver, ouvir e discursar sobre as perspectivas das feminilidades em nossas práticas. Vislumbrar as marcas discursivas dos mitos cristãos nos enunciados de professores e professoras em seus *blogs* nos instrumentalizam para discutir nossas práticas pedagógicas, nossas maneiras de ser e agir no mundo e para problematizar a formação docente e a educação de jornalistas no intuito de visibilizar as violências e as opressões que são comuns em nossa sociedade patriarcal.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Michele Menghetti Ugulino de. **Pontencialidades do uso do blog em educação** - Natal, 2009. Dissertação (Mestrado em Educação – Universidade Federal do Rio Grande do Norte). Disponível em: <bdtd.bczm.ufrn.br/tedesimplificado//tde.../9/TDE.../MicheleCMUA.pdf>. Acesso em: 20 abr. 2011.

AZERÊDO, Sandra. **Preconceito contra a “mulher”**: diferença, poemas e corpos. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2011. (Preconceitos, v. 1).

BALTAZAR, Neusa; AGUADED, Ignacio. **Weblogs como recurso tecnológico numa nova educação**. Aveio, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br>>. Acesso: 03 dez. 2010.

BARRACHI, Sônia Bernadete Martins. Feminismo e Educação: um desafio do passado ou uma questão repensada. **Revista Nucleus**. v. 2, n. 1, 2004. (163-168).

DEL PRIORI, Mary. **Corpo a corpo com a mulher**: pequena história das transformações do corpo feminino no Brasil. São Paulo: SENAC São Paulo, 2000.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Mídia e Educação da mulher: Uma discussão teórica sobre modos de enunciar o feminino na TV. **Estudos Feministas**. n. 2. 2001. Acesso em: 24 de abril de 2011. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v9n2/8642.pdf>>. (586-599).

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e Punir**: nascimento das prisões. 27. ed. Petrópolis: Vozes, 1987.

FOUCAULT, Michel. **Isto não é um cachimbo**. 5.ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1988.

FOUCAULT, Michel. **Microfísica do Poder**. 22. ed. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2006.

FOUCAULT, Michel. **A Arqueologia do Saber**. 7.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2009a.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**: aula inaugural no Collège de France, pronunciada em 2 de dezembro de 1970. 19. ed. São Paulo: Loyola, 2009b.

HALL, Stuart. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, nº2, 1997. (15-46)

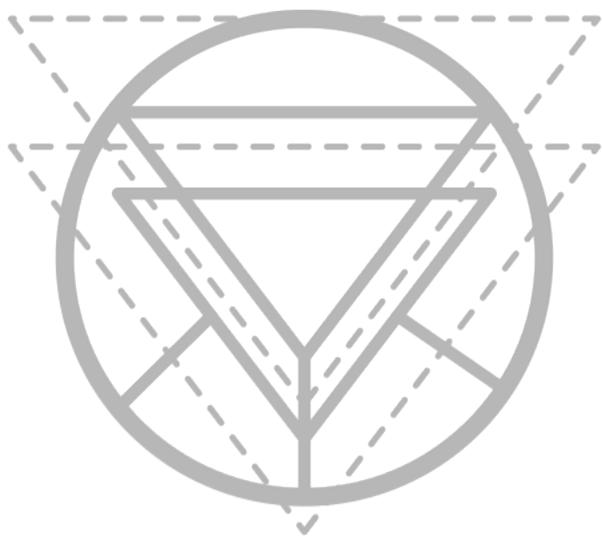
HARAWAY, Donna. Um manifesto para os Cybogs: Ciência, Tecnologia e Feminismo socialista na década de 80. In: SILVA, Tomaz Tadeu da.

- Antropologia do Ciborgue:** as vertigens do pós-humano. 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2009. (33-118).
- HARDING, Sandra. A instabilidade das categorias analíticas na teoria feminista. in: **Estudos Feministas**. n. 1, 1993. (7-32).
- HOOKS, Bell. Linguagem: ensinar novas paisagens/novas linguagens. **Estudos Feministas**. v. 16. n. 3, Florianópolis, 2008 (857-865).
- KOMESU, Fabiana Cristina. *Blogs* e as práticas de escrita sobre si na internet. In: MARCUSCHI, Luiz Antônio; XAVIER, Antonio Carlos. (Orgs). **Hipertexto e gêneros digitais:** novas formas de construção de sentido. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2010. p. 110-119.
- RODRIGUES, Catarina. **Blogs:** uma ágora na Internet. Disponível em: <<http://www.labcom.ubi.pt/agoranet/04/rodrigues-catarina-blogs-agora-na-net.pdf>>. Acesso em: 17 abr. 2011.
- ROSADO-NUNES, Maria José Fontelas. De mulheres e de deuses. **Estudos Feministas**. v.0. n. 5. UFSC: Florianópolis, 1992. (5-30).
- SAFFIOTI, Heleieth Iara Bongiovani. **Gênero, patriarcado, violência**. São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2004.
- SANTOS, Lucas Cardoso; ORSO, Paulino José. As filhas de Eva: histórico da atribuição social destinado ao universo feminino no Brasil (1500-1900). **Anais do X Seminário de pesquisa do Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá**. 2011.
- SARAMAGO, José. **O evangelho segundo Jesus Cristo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2005. Disponível em: <http://teopoetica.sites.ufsc.br/arquivos/saramago/doautor/o_evangelho.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2013.
- TAKARA, Samilo. **Gênero e Blog:** problematizações dos discursos de professores e professoras. Programa de Pós-Graduação em Educação (Dissertação de Mestrado). Universidade Estadual de Maringá, 2013.
- WALLERSTEIN, Valeska. Feminismo como pensamento da diferença. In: **Labrys** – estudos feministas. n. 5, 2004. Disponível em:<<http://www.tanianavarrosowain.com.br/labrys/labrys5/textos/valeskafeminismo.htm>>. Acesso em: 24 abr. 2012.
- WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu (org. e trad.). **Identidade e diferença:** a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000. (7-72).

Fontes

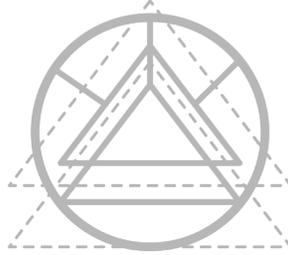
BONFIM, Claudia. **Educação e Sexualidade**. Disponível em: <<http://educacaoesexualidadeprofclaudiabonfim.blogspot.com>>. Acesso em: 04 dez. 2011.

REY, Nana. **Experiências em Educação**. Disponível em: <<http://nanareyseducacao.blogspot.com>>. Acesso em: 04 dez. 2011.





2



MIDIATIZAÇÃO DA RELIGIÃO E VISIBILIDADE PÚBLICA: AS IMAGENS DE BENTO XVI NO BRASIL

LUÍS MAURO SÁ MARTINO¹

A midiática das práticas cotidianas, das instituições e processos sociais parece ser uma das características marcantes destas primeiras décadas do século XXI. Se ainda no final do século XX era possível fazer algum tipo de linha demarcatória entre “mídia” e “sociedade”, talvez hoje essas barreiras estejam gastas, eventualmente dissolvidas, por conta da articulação contínua das mídias, em especial as digitais, com as práticas sociais contemporâneas.

O processo de midiática relaciona-se com os paradoxos e as dinâmicas da vida social, não estando isento de suas próprias contradições internas e manifestando-se em inúmeras dimensões, como na onipresença da imagem, as formas de visibilidade online e digital, as mudanças no modo de se fazer política e mesmo o circuito das relações interpessoais. A midiática da sociedade não está restrita a determinados espaços, mas apresenta-se como um fenômeno em larga escala.

¹ Doutor em Ciências Sociais pela PUC-SP (2004). Pós-Doutorado na School of Political, Social and International Studies na University of East Anglia, na Inglaterra (2008-2009). Professor do PPG em Comunicação da Cásper Líbero e editor da Revista Líbero. E-mail: lmsmartino@gmail.com

Dentre essas dimensões, destaca-se o acelerado processo de midiaticização das instituições sociais, que, em tempos de hiper-capitalismo, encontram aí uma possibilidade de participar de um competitivo mercado no qual a imagem institucional pública, gerenciada por experts como jornalistas, publicitários e relações públicas, reveste-se de especial importância. Em uma economia na qual elementos materiais e simbólicos articulam-se na busca por monopólios, e na qual instituições, empresas e corporações dependem, entre outros fatores, de construir uma boa imagem no espaço público, a midiaticização mostra-se como uma alternativa para se encontrar um lugar específico de representação.

As instituições religiosas, igrejas e denominações parecem particularmente aptas e dispostas a se inserir dentro desse processo de midiaticização. Denominações de vários pontos do espectro religioso vem se mostrando, nas últimas décadas, especialmente permeáveis às possibilidades de midiaticização. Isso ocorre em várias de suas dimensões, seja articulando-se com os meios de comunicação “seculares”, seja agregando esses meios às suas práticas ou, mais ainda, elaborando algumas de suas práticas, rituais e liturgias a partir das possibilidades abertas pelos códigos midiáticos e, em alguns casos, até pela linguagem do entretenimento.

Este trabalho lida com uma dessas dimensões da midiaticização do religioso, analisando as imagens do então papa Bento XVI publicadas nas quatro maiores revistas semanais de informação do Brasil. Três delas, *Época*, *IstoÉ* e *Veja*, situam-se, com diferentes graus de ênfase, à direita no espectro ideológico, enquanto uma quarta, *CartaCapital*, claramente se situa à esquerda. Note-se que usamos aqui “esquerda” e “direita” no sentido vago do senso comum, sem uma discussão conceitual que fugiria ao escopo deste trabalho.

O objeto de análise é a cobertura fotográfica da visita de Bento XVI ao Brasil de 9 a 13 de maio de 2007, realizada pelas quatro publicações. O objetivo é delinear de que maneira o processo de midiaticização da religião se articula com a construção de uma imagem pública das instituições religiosas com vistas a inferir eventuais

intersecções com o campo político. Entende-se que a midiatização da religião é parte de processos sociais mais amplos, e sua compreensão permite salientar aspectos importantes das relações entre os meios de comunicação e as práticas sociais cotidianas.

Em termos teórico-metodológicos, a análise das imagens, é compreendida a partir do conceito de “midiatização”, tal como discutido por vários autores. Quando necessário, a essa bibliografia são acrescentados outros autores em conformidade com as demandas do objeto.

O texto está dividido em três partes. Na primeira são discutidos alguns aspectos do conceito de midiatização, com ênfase na midiatização da religião. O segundo item trata da midiatização da figura pessoal de Bento XVI, enquanto o terceiro desloca o foco para a midiatização das relações entre política e religião vinculadas às imagens da visita do então papa. Nas considerações finais são retomadas algumas perspectivas da visibilidade midiática da religião na midiatização da sociedade.

Não se busca aqui uma análise exaustiva do significado de cada uma das imagens ou de todas as suas inferências discursivas ou mesmo semióticas; procura-se, apenas, entender de que maneira essas imagens podem ser compreendidas em termos sociais na perspectiva de uma midiatização da religião e suas intersecções com as modalidades de sua visibilidade pública.

A MUDIATIZAÇÃO DO RELIGIOSO

Nos últimos anos, o conceito de “midiatização” vem se afirmando nos estudos de Comunicação como uma ferramenta teórica que, embora objeto de inúmeros debates, permite vislumbrar dimensões outras na análise dos fenômenos midiáticos e comunicacionais. A crescente pertinência do conceito parece estar atrelada ao crescimento do fenômeno, ou dos fenômenos, designados por esse nome e compreendidos dentro de seu campo conceitual. O emprego do conceito de “midiatização” como parte integrante do repertório conceitual na área de Comuni-

cação parece encontrar eco nas dinâmicas contemporâneas das interações comunicacionais, sobretudo por conta da aparente ubiquidade das mídias digitais e sua articulação com as práticas cotidianas (cf. HJARVARD, 2008a; FAUSTO NETO, GOMES, BRAGA e FERREIRA, 2008).

Isso não implica, como observado, a existência de consenso entre pesquisadores a respeito das possibilidades e limites da noção de midiatização, bem como de seu potencial explicativo-compreensivo dos processos sociais. Por outro lado, esse debate de natureza epistemológica pode ser pensado também como um indício da vitalidade do conceito e da necessidade de discuti-lo enquanto elaboração teórica apta a dar conta de um grupo de fenômenos sociais, históricos e culturais – veja-se, por exemplo, os debates delineados por Schulz (2004) ou Couldry (2008).

Os estudos sobre a midiatização da religião, em particular, vem ganhando força crescente nos últimos dez anos. As relações entre mídia e religião, sob diversas formas e pontos de vista, vem se constituindo como uma intersecção privilegiada de estudos na área de Comunicação, tanto nos espaços anglo-saxônicos (BRUCE, 1990; STOUT, BUDDENBAUM, 2002; HOOVER, 2006; MEYER, MOORS, 2005; CLARK, 2007; HJARVARD, 2008b;) quanto na América Latina (SIERRA, 2008; ASSMAN, 1986; MARTIN-BARBERO, 1997; MARTINO, 2003; BORELLI, 2009; MARTINO, 2012).

Como observa Livingstone (2009), nota-se nos últimos anos uma mudança semântica nos títulos de trabalho: se era comum encontrar títulos como “mídia e política” ou “mídia e sociedade”, hoje se encontram textos sobre “mediação da política” ou “midiatização da sociedade”.

A virada conceitual parece refletir não apenas uma mudança semântica, mas sobretudo teórica. A maneira de pensar as relações entre a mídia e outras instâncias da vida social busca dar conta, nesse horizonte conceitual, da ubiquidade das mídias digitais e da onipresença da comunicação – ou ao menos da informação – imiscuída em todos os espaços e frestas da vida cotidiana, de maneira que a

perspectiva de pensar, digamos, “mídia e sociedade” como a relação entre duas instâncias relativamente autônomas talvez precise ser repensada em termos de intersecção, mais do que uma “relação”.

Nesse sentido, o conceito de “mídiatização” parece ser uma resposta teórica adequada para que se pensem essas articulações de um ponto de vista que vai além de uma perspectiva a respeito dos “usos” ou “efeitos” da mídia nas instituições e práticas sociais, mas procura, ao contrário, justamente entender as mídias como algo inerente a essas instituições e práticas, articulando-se com elas, alterando-as e sendo por elas alterada.

No caso da religião, esse desvio conceitual pode ser observado, por exemplo, na convivência entre livros intitulados “Mídia e Religião” ou similares (MARTINO, 2003; BORELLI, 2009) e textos a respeito da “Mídiatização da Religião” (GASPARETTO, 2011; MARTINO, 2012). Evidentemente talvez não seja possível estipular, em termos epistemológicos, as sutilezas de tratamento semântico dos termos, mas é permitido observar, ao lado da mudança terminológica, uma alteração de perspectiva.

Utilizando uma distinção elaborada por vários autores (Cf. HJARVARD, 2008a, 2008b; COULDRY, 2009), o simples uso dos meios de comunicação para a realização de atividades caracteriza um processo de “mediação”: uma atividade, quando exercida através da mídia, é “mediada” – digamos, uma conversa telefônica é uma conversação “mediada”; a transmissão de uma celebração religiosa pela televisão é “mediada”; o processo de “mídiatização” refere-se às alterações no *modus operandi* de indivíduos, grupos e instituições vinculadas ao uso da mídia. Mantendo o exemplo, quando uma denominação religiosa decide alterar algum elemento em seu culto religioso para torná-lo mais palatável à transmissão televisiva, está-se diante do fenômeno de mídiatização.

Assim, a mídiatização parece ser um processo amplo, decorrente das mudanças nas relações sociais, nos indivíduos e nas instituições decorrentes da “mediação” de suas práticas. Note-se que isso não significa uma volta aos “efeitos” da mídia, mas de pensar dialeticamente essas relações. No momento em que o uso da mí-

dia articula-se com práticas sociais, modificando-as e sendo por elas modificada, esboça-se o processo de midiaticização.

Entende-se que o processo de midiaticização da religião é multidimensional, e comporta toda uma série de ações, premissas e atividades. A presença da religião na mídia, por exemplo, articula-se com esse processo na medida em que eventos religiosos são preparados em muitos casos, recordam Martelli e Capello (2005), para receber essa cobertura midiática.

A partir de uma perspectiva que sublinha as relações entre mídia e religião, é possível compreender a visita do então papa ao Brasil como parte do que Cottle (2006, p. 415) denomina “rituais mediaticizados”, isto é, momentos performativos selecionados pela mídia “que servem para sustentar e mobilizar sentimentos coletivos com base tanto em uma simbolização quanto em uma orientação subjetiva do que deve acontecer”.

Vale lembrar, de saída, que a midiaticização da religião é um fator de visibilidade. A adaptação às práticas e rotinas da mídia é o preço a pagar em troca da presença no espaço público. Em tempos de concorrência pela atenção do público, qualquer caminho para se chegar ao espectador é válido. A expectativa de lucro simbólico é tanto maior quando se pensa que a divulgação de uma notícia na mídia é o resultado de um longo processo de seleção de fatos e, portanto, a midiaticização do religioso garante um mínimo de lucro simbólico por conta da presença gratuita em um espaço público loteado pela publicidade.

Mais ainda, em uma perspectiva crítica, a mediaticização da religião implica também a formulação de um discurso legitimado pelo que Meyer (2002) denomina “lógica da mídia” e das práticas midiáticas. O controle da comunicação, em todas as esferas de sua existência, é uma das maneiras de definir, em cada espaço social, o que pode ser perguntado, mais do que as respostas. No caso da imagem, ocorre o que Marin (1998, p.12) denomina “legitimação pelo signo”: a presença do real torna-se indiscutível por conta do elemento visual que transporta os elementos desse real até a consciência do espectador da imagem. Segundo Street (2001, p.17), “é porque jornalistas e

apresentadores apresentam-se a si mesmos como livres de qualquer interferência que essa distorção se converte em fenômeno político”.

Dessa maneira, o fato real ganha em legitimidade quando apresentado dessa maneira nas instâncias consagradas de produção da realidade - cf. a abordagem crítica de Buitoni (2011). Em uma sociedade pautada no espetáculo, os fenômenos do mundo real ganham existência social no exato momento de sua transformação em imagem, quando estão definitivamente desligados do fato original. Desprovido de seu fundamento, resta a exploração do efeito para criar a nova realidade (cf. BAUDRILLARD, 1996; TAYLOR, 2000, p.131).

O questionamento da imagem, especialmente da imagem midiática vinculada aos veículos de informação, se torna ontologicamente paradoxal: para o cidadão que não presenciou determinado fato, a notícia na televisão ou no jornal é seu único contato com o acontecimento, sem o que o fato simplesmente não existiria. Seria possível argumentar que a realidade fenomênica é resultado de uma experiência concreta e, portanto, irredutível à esfera da imagem. Em que seja válido na vida particular, esse argumento encontra sua refutação na limitação perceptiva do próprio ser humano e da necessidade de compreender o mundo ao seu redor a partir de um repertório de conhecimentos. Assim, é necessário crer na imagem da mídia sob pena de não conhecer nada além das fronteiras imediatas do natural.

A RELIGIÃO MIDIATIZADA: DIMENSÕES DA IMAGEM MIDIÁTICA

Em seu estudo clássico sobre a fotografia, publicado no primeiro número da revista *Communications*, Roland Barthes (1961, p.127) chamava a atenção para o efeito retórico da foto publicada em um jornal ou uma revista. Aparente reprodução do real, “mensagem sem código”, a fotografia é carregada de processos de conotação, isto é, a imposições de um segundo sentido à imagem. Se é possível pensar esse processo a partir de outro vocabulário

dos estudos de mídia, seria lícito indagar em que medida a midiaticização da sociedade implica novos regimes de visibilidade e a elaboração de novas mediações sociais nas articulações entre os meios de comunicação e as subjetividades.

A sintaxe da fotografia utiliza um processo mais sutil de criação do real a partir do arranjo e da disposição dos elementos do próprio real. Para Cruz (1995, p. 81), “a oposição entre *eidós*, ligado à imposição de nomes e a formatação dos conceitos e *eikós*, ligado à imagem sensível e à mimesis, determinou, por um lado, o estatuto ontologicamente desvalorizado das imagens e, por outro lado, a associação duradoura entre discurso e razão”.



Figura 1: Foto de Bento XVI em *CartaCapital*

Isso fica ainda mais claro na foto “oficial” de Bento XVI (Figura 01), quando a fotografia capta outro símbolo, tornando-se um segundo plano de significado. No caso dos gestos (Figuras 02, 03 e 04), o significado das poses é mais ou menos explícito quanto mais se pretende destacar a natureza pastoral, política ou humana da personagem.



Figura 2: Bento XVI acena para os fiéis. Revista Veja.

Acenando em um gesto litúrgico, com o presidente da república ou ajoelhado diante de seus superiores na hierarquia religiosa, os sentidos atribuídos ao papa se transformam conforme a pose, o ângulo e a distância.



Figura 3: Bento XVI e o então presidente Luís Inácio Lula da Silva. Revista IstoÉ.

No que diz respeito à terceira foto, o momento de contrição do papa em oração é um flagrante de Bento XVI em um instante à primeira vista interdito. O efeito é aquele referido por Edgar Morin (1996, p. 82) em seu estudo sobre os “olimpianos”, a aproximação e a distância simultâneos: o papa também está sujeito aos mesmos procedimentos de qualquer outro fiel, mas não deixa de ser Bento XVI.

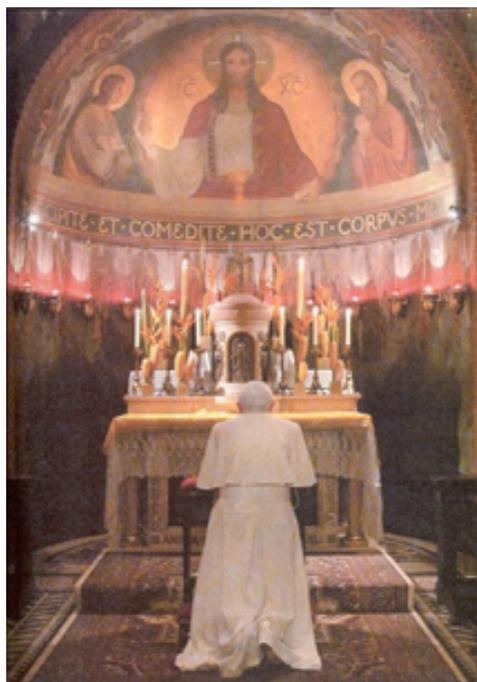


Figura 4: Bento XVI em oração no Mosteiro de São Bento. Revista *Veja*.

A esse respeito, Walter Benjamin (1994, p.107) já mencionava a possibilidade desses novos universos de sentido criados pela fotografia em seu ensaio. Em uma antecipação do desenvolvimento da tecnologia, dizia que “a câmera se tornou cada vez menor, cada vez mais apta a fixar imagens efêmeras e secretas, cujo efeito de choque paralisa o mecanismo associativo do espectador”. Aliás, essa foi a única foto publicada por duas revistas: em *Veja*, na página 73, e *Época*, na 41.

Em todas as revistas Bento XVI é um papa solitário. Não está em contato direto com o rebanho – ao menos é o que as fotos mostram. Em onze das dezenove fotos publicadas o pontífice aparece sozinho, em cinco com o presidente Luís Inácio Lula da Silva, uma delas uma montagem, e em três ele aparece em contato com o público – uma delas em Roma, outra recebendo dois jovens no Estádio de Futebol do Pacaembú, uma única foto mostra-o no veículo oficial, acenando para pessoas com bandeiras brasileiras – e esse é todo o contato mostrado entre o Bento XVI e o povo.



Figura 5: Bento XVI é recepcionado por fiéis. Revista Época.

Mesmo nessas, o soberano católico está separado da multidão por uma barreira de vidro, assim como na foto tirada no mosteiro de São Bento, em São Paulo, ele também está dentro de uma proteção. As fotos das revistas dedicam especial atenção a esse fato. O discurso visual complementa e reafirma, neste caso, o verbal (MENDELSON, 2003).



Figura 6: O papa na sacada do Mosteiro de São Bento. Revista *Veja*.

Às declarações sobre temas controversos soma-se a representação do isolamento, reforçada pelas legendas e textos complementares que acompanham as fotografias. Assim, em *CartaCapital* o papa é descrito como morando em uma “ilha da fantasia teológica”, enquanto *IstoÉ* qualifica o papa como “leninista” no sentido de preferir uma Igreja “com menos fiéis”, mas com adeptos mais “coerentes”, segundo o texto. Nas palavras de Schoenbach e Becker (1995, p.31), “o impacto da visão de mundo da mídia sobre o público é ainda maior em sociedades complexas. De onde mais nossas imagens sobre acontecimentos políticos, vida cultural, moda e muito mais poderiam vir senão da mídia?”.

Mais do que ilustrar, a fotografia de imprensa articula-se dialeticamente com o sentido do texto em uma relação complementar, na medida em que a escrita jornalística é igualmente um processo de seleção e exclusão de fatos (McCARTHY, 2006; BISSELL, 2000, p. 83). “O caráter aparentemente não simbólico, objetivo, das imagens técnicas, faz com que o observador as olhe como se fossem janelas, não imagens”, recorda Flusser (2002, p.14).

A fotografia, assim como o texto, traz uma interpretação pre-

ferencial do acontecimento (ADAM, 1980, p.467). Isso fica claro a partir da comparação das fotos de um mesmo acontecimento publicadas em veículos de imprensa diferentes. A construção da personagem no texto implica também a elaboração de uma concepção visual. Compor um personagem fotográfico é dirigir o sentido da interpretação da foto.

A fotografia de imprensa universaliza o instante, tornando-o eterno. Mesmo que a personagem fotografada não tenha feito o gesto ou a pose por mais de uma fração de segundo na realidade, nos meios de comunicação esse lapso de tempo é multiplicado ao infinito, tantas vezes quantas forem as exposições públicas da foto. “O momento captado pela fotografia é sempre impensado e aleatório, esse centésimo de segundo desprovido de controle, em que o acaso não pode ser inteiramente abolido por uma intenção” (MACHADO, 1984, p.43).

O gesto de Bento XVI publicado em *Veja* é particularmente polissêmico. No entanto, associado ao restante da cobertura, ganha conotações de desafio para o confronto: a dimensão sublinhada no texto é complementada e amplificada pela fotografia. Os punhos cerrados completam o sentido de um texto que o apresenta disposto mais à firmeza do que à aceitação do panorama religioso.

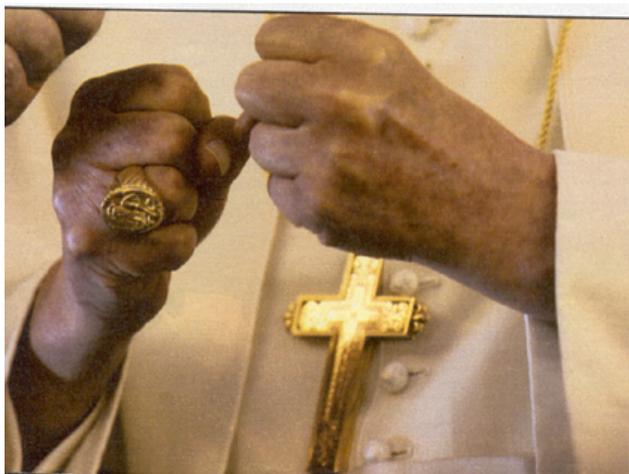


Figura 7: Close das mãos do Papa. Revista *Veja*.

Ao chegar ao leitor, a fotografia mostrará um instante do passado tornado presente, uma alteração na linearidade do tempo porquanto está trazendo para o presente uma realidade que não existe mais, mas que, igualmente, não se encerrou de vez porque está fixada para sempre em uma imagem. A fotografia faz a ligação de continuidade entre um presente que já não existe com o presente imediato, modificando, dessa maneira a percepção da foto como um instante congelado em um fluxo ininterrupto de ações, mas como o instante em movimento.

A INTERSECÇÃO MUDIÁTICA ENTRE POLÍTICA E RELIGIÃO

Isso fica claro na construção das imagens onde há sobreposição do político e do religioso. A escolha do instante, aqui, é decisiva para a formação do sentido conotativo da mensagem. *IstoÉ* foi a revista que mais explorou o tema, publicando três fotos. *Época* não tratou do tema na cobertura fotográfica. Nas fotos de *IstoÉ*, Bento XVI aparece conversando com Lula a pequena distância, ainda no aeroporto. A primeira-dama é fotografada em um cumprimento cerimonial, mas no momento em que, ao beijar a mão do papa, acaba beijando sua própria mão. Lula não olha a cena: seu olhar se dirige para fora das fronteiras da foto.



Figura 8: Chegada do Papa ao Brasil e encontro com Lula. Revista *IstoÉ*.

A revista foi a única a apelar para o recurso fotográfico da montagem, um dos elementos de conotação, segundo Barthes. Em uma das fotos, Lula e o Papa parecem encostar seus dedos indicadores em uma referência à *Criação de Adão*, de Michelângelo. O efeito intertextual de paráfrase visual é levado ao limite da paródia por conta da fisionomia e do gestual das personagens.



Figura 9: Fotomontagem inspirada em *A Criação de Adão*. Revista *IstoÉ*.

Em *Veja* há uma única foto do papa com Lula. Os dois aparecem sorrindo e, embora muito próximos, seus olhares não se cruzam. O presidente projeta uma sombra que escurece metade do rosto de Bento XVI. Expressões, poses, todo o gestual que poderia se perder no fluxo do tempo é reservado ao exame a partir da possibilidade do ato fotográfico. Nesse aspecto, o sentido não apenas é construído como também é mantido na retórica da imagem fixada. “Explícita ou implicitamente há uma narrativa que conecta personagens e eventos. A história é contada depende do ponto de vista adotado, e diferentes pontos de vista costumam estar disponíveis” (STREET, 2001, p.47).

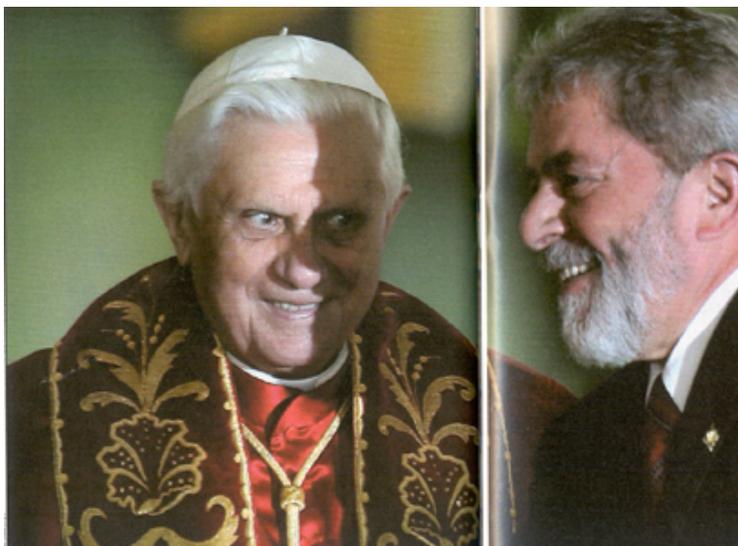


Figura 10: Lula e o Papa em conversa. Revista *Veja*.

A tentativa de desmontar os elementos presentes em uma cobertura de imprensa não permite inferir as reais intenções do agente produtor, mas verificar qual é o resultado objetivo desses procedimentos. Assim, independente das razões de uma foto, a partir do momento em que ela existe passa a ocupar um espaço simbólico no qual poderes de diferentes tipos estão em constante circulação. Na afirmação de Flusser (2002, p. 9), “Imagens tem o propósito de representar o mundo. Mas, ao fazê-lo, interpõe-se entre mundo e homem. Seu propósito é serem mapas do mundo, mas tornam-se biombos”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A visita de Bento XVI ao Brasil oferece a oportunidade para a reflexão sobre as condições objetivas de representação da realidade pela mídia em um de seus ítems mais expressivos da trama de sentidos, a imagem. Os elementos da fotografia de imprensa se apresentam à apreensão imediata do público como o resultado inevitável de um procedimento tanto mais objetivo quanto mais compartilhado

é o instante do olhar, sobre o qual não é possível estabelecer nenhuma dúvida a priori quanto ao comprometimento. No entanto, diante da análise das contradições do ato fotográfico na representação de uma mesma realidade, torna-se patente a construção de um sentido atribuído ao real por conta do enquadramento e da edição inerentes às condições específicas de uma prática.

Dessa maneira, no espaço social nada é fortuito, nada é por acaso – e a mídia, local de objetivação desses poderes, tampouco deixa espaço para o inútil. Nesse sentido, os elementos do ato fotográfico estão sempre dispostos de maneira a conseguir um efeito, por mais desprovido de intenções.

REFERÊNCIAS

ADAM, R. Et alli. (1980) The effect of framing on Selection of Photographs of men and women. **Journalism Quarterly**, vol. 57 no. 3, Fall.

ASSMANN, H. (1986) **Igreja Eletrônica**, [Electronic Church] Petrópolis: Vozes.

BARTHES, R. (1961) La Message Photographique. **Communications**. No.1, Paris, Seuil.

BAUDRILLARD, J. (1996) **Simulacros e Simulações**. Lisboa : Relógio d'Água, 1996.

BENJAMIN, W. (1994) Pequena história da fotografia. In **Obras Escolhidas**. São Paulo, Brasiliense.

BISSELL, K. (2000) “A return to ‘Mr. Gates’: Photography and objectivity”. **Newspaper Research Journal**, Vol. 21, no. 3, Summer.

BORELLI, V. (2009) Religião e mediação. **Estudos de Mídia**. Porto Alegre: Unifra.

BRUCE, S. (1990) **Pray TV: Televangelism in America**. London: Routledge.

BUITONI, D. (2010). **Fotografia e Jornalismo**. São Paulo: Saraiva.

CLARK, L. (2007) **Religion, media and the marketplace**. New Brunswick, N.J, Rutgers University Press.

- COTTLE, S. (2006) Mediatized rituals: beyond manufacturing consent. **Media Culture Society**, 28: 411-432.
- COULDRY, N. (2008) Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergence of digital storytelling. **New media and society** 10(3) p. 373-391.
- CRUZ, M. T. (1995) Artes visuais e conceito. **Comunicação e Linguagens**. Lisboa, 17/18.
- DEBORD, G. (1996) **La Société du spectacle**. Paris: Folio.
- FAUSTO NETO, A. GOMES, P. G., BRAGA, J. L. and FERREIRA, J. (2008) **Midiatização e Processos Sociais na América Latina**. São Paulo: Paulus.
- FLUSSER, V. (2002) **Filosofia da caixa preta**. Rio de Janeiro, Relume-Dumará.
- GASPARETTO, P. R. (2011). **Midiatização da Religião**. São Paulo: Paulinas.
- GOMES, P. G. (2010) **Da igreja eletrônica à sociedade em midiatização**. São Paulo: Paulinas.
- HJARVARD, S. (2008a) The mediatization of society. **Nordicom Review** 29(2).105-134
- HJARVARD, S. (2008b) The mediatization of religion. A theory of the media as agents of religious change. **Northern Lights** (6) 9-27.
- HOOVER, S. (2006) **Religion in the Media Age**. London: Routledge.
- LIVINSTONE, S. (2009) On the mediation of everything. **Journal of Communication**. 59 (2009) 1-18.
- MACHADO, A. (1984) **A ilusão especular**. São Paulo, Brasiliense.
- MARIN, L. (1998) **Les Pouvoirs de L'Image**. Paris, Seuil.
- MARTELLI, S. & CAPELLO, G. (2005) Religion in the Television-mediated Public Sphere. **International Review of Sociology**, 15:2, 243 – 257.
- MARTIN-BARBERO, J. (1997) Mass media as site of resacralization of modern culture. In **Rethinking Media, Religion, and Culture**. Edited by Stewart Hoover & Knut Lundby. London: Sage.
- MARTINO, L. M. (2003) **Mídia e Poder Simbólico**. São Paulo: Paulus.
- MARTINO, L. M. (2009) **From saints to screens: media and the 'colonization' of religion in Brazil**. Presentation at the Post-Graduate Seminar Shifting Boundaries of the Public and Private. Norwich: University of East Anglia.

MARTINO, L. M. (2012) Mediação e Mdiatização da Religião em suas articulações teóricas e práticas. In **Mediação e Mdiatização**. Edited by M. H. Mattos and N. Jacks. Porto Alegre: Sulina.

MCCARTHY, J. Et alli. "Images of protest: dimensions of selection bias in media coverage". **American Sociological Review**, 1996, Vol. 1, Junho.

MENDELSON, A. "For whom is a picture worth a thousand words?". International Communication Association. Marriott Hotel, San Diego, Califórnia, Maio 2003. (Mimeo).

MEYER, B. & MOORS, A. (2006) Introduction. In **Religion, media and the Public Sphere**. Edited by Birgit Meyer and Annelies Moors. Bloomington: Indiana University Press.

MEYER, T. (2002) **Media Democracy**. Cambridge: Polity Press.

MORIN, E. (2008) **L'Esprit du Temps**. Paris : Armand Collin.

PERSICHETTI, S. (2012). **A imagem midiática**. Brasileiros, dezembro, p. 135-137.

SCHOENBACH, K. E BECKER, L. "Origins and consequences of mediated public opinion". In: GLASSER, T. E SALMON, C. Public **Opinion and the Communication of Consent**. Nova York, Guilford, 1995, p. 331.

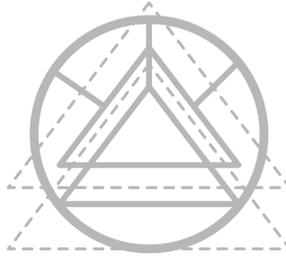
SCHULZ, W. (2004) Reconstructing Mediatization as an Analytical Concept. **European Journal of Communication** 19(87)

SIERRA, A. (2008) Tele-fe: religion mediatizada. **Dia-Logos de la Comunicación**. 1 (77) 1 – 17.

STOUT, D. and BUDDENBAUM, J. (2002) Genealogy of an Emerging Field: Foundations for the Study of Media and Religion. **Journal of Media and Religion** 1(1) 5-12.

STREET, J. (2001) **Media, politics, and democracy**. London: Polity.

TAYLOR, J. (2000) Problems in Photojournalism: realism, the nature of news ant the humanitarian narrative. **Journalism Studies**. Vol.1, n.1.



O DISCURSO SAGRADO DO JORNALISMO ¹

JOSÉ DE ARIMATHÉIA CORDEIRO CUSTÓDIO ²

Para Sodré (2000, p. 76), o discurso: “em semiologia e linguística, é toda prática de linguagem, isto é, a linguagem encarada sob o ângulo de sua produção por grupos sociais diferenciados. Diz-se, por exemplo, ‘discurso médico’, ‘discurso informativo’, ‘discurso psicanalítico’ etc.”. Por analogia, e sem temores, podemos então falar em “discurso religioso” e “discurso jornalístico”. Neste trabalho, demonstramos justamente a área comum entre ambos. Mais que isso: como este se apropriou daquele e de seus atributos a fim de atingir seus objetivos mais eficientemente.

Bornheim in Azeredo (2001, p. 14) diz que “a comunicação estava por tudo e que ela sempre tinha embasamento no próprio Deus, no mundo das essências divinas”. Esta ideia arcaica fez a transição entre a Idade Média teocêntrica e a Contemporânea (da vox populi vox Dei) passando pela sacralidade do rei – que nasceu na Antiguidade mas viu seu auge na Idade Moderna.

¹ Parte da Tese de Doutorado *Vox Medii Vox Dei: A Apropriação do Sagrado pela Imprensa* (UEL, 2006).

² Doutor em Estudos da Linguagem e Mestre em Letras. Jornalista, e comunicador social na Universidade Estadual de Londrina desde 1993, e professor universitário desde 1994. E-mail: jotacustodio@uol.com.br

Expõe Bornheim (idem): “... a figura do rei é como que assistida diretamente pela presença de Deus. O rei é sagrado e consagrado. Ele é a lei e a lei é de origem divina. Todo contrato da realeza pressupõe, portanto, a natureza divina da própria figura do rei”.

Sodré (2000) situa nossa sociedade num contexto de “cultura psi”, cuja comunicação generalizada – que implica contato e difusão maciça de informações ideias – é uma das principais características. Dada esta avalanche, é preciso que tais informações e ideias venham revestidas de fascínio e sugestão.

A mídia é, por definição e por excelência, o agente mais eficiente na mediatização da realidade. Ao “traduzi-la” em imagens e textos, gera simulacros e constrói o real, definindo inclusive as percepções dos indivíduos. Aquilo que inocentemente todos chamam de “meios de comunicação social” são, na verdade, segundo Sodré (2000, p.8), “uma estrutura, uma forma de saturação informacional do meio ambiente na sociedade pós-moderna, gerida cada vez mais pela tecnologia eletrônica e pela organização tecnoburocrática”. Tanta mediação, para Siqueira (1999, p.52) “faz com que para o espectador as estratégias de enunciação não sejam claras”.

Esta é uma estrutura geradora de um “real”. Mas Sodré (2000, p.9) adverte: “O sistema dos mass-media ou da informação de massa é hoje um lugar privilegiado da produção do real da moderna sociedade do Ocidente, a chamada sociedade ‘pós-industrial’ ou ‘pós-moderna’”.

A respeito da geração de simulacros, cabe lembrar, ainda, que o culto (religioso) a imagens é muito antigo, e a noção de simulacro é moderna, pois tem suas bases em teorias do século XVI. Aqui, equivalemos o valor sagrado às imagens e aos textos. Ao tomar o lugar da “verdade”, o simulacro (isto é, os enunciados linguísticos) firma sua credibilidade através da argumentação.

Para Bacciga (2000, p. 52), os discursos, na verdade, materializam as visões de mundo das diferentes classes sociais e seus interesses. É a “formação ideológica” de que fala Fiorin (2003, p.32), para quem “as visões de mundo não se desvinculam da linguagem”. “A realidade exprime-se pelos discursos”, sentencia.

Cittelli (2002, p.32) defende que existe uma superposição de signos colocados como expressões de uma verdade que se fazem passar por “toda a verdade” e constituem assim um discurso perigosamente persuasivo. E conclui: “Isso nos leva a deduzir que o discurso persuasivo é sempre expressão de um discurso institucional”. A mídia, o jornalismo em si já é uma instituição, que agora fala por si mesma.

Assumindo um discurso persuasivo *religioso*, o jornalismo reveste seus textos de um dogmatismo velado, no qual subjaz, num nível ainda mais sutil – mas não menos ideológico ou efetivo – um discurso autoritário. E para Cittelli (2002, p.39), o discurso autoritário é o terreno mais fértil para a dominação pela palavra. O autor também mobiliza o discurso religioso ao tratar do autoritário, quando afirma que “... irrompe a voz da ‘autoridade’ sobre o assunto, aquele que irá ditar verdades como num ritual entre a glória e a catequese”. E adiante de novo: “A persuasão ganhou a força de mito. Afinal, a propaganda é ou não é a alma do negócio?” (idem, p. 40). Ele não se esquece, porém, de citar expressamente o aspecto dogmático, encontrado no discurso religioso (idem, p. 48-49).

Vale, ainda, ressaltar alguns aspectos do discurso religioso salientados por Cittelli (2002, p. 48). Para ele, “uma das formações discursivas mais explicitamente persuasivas é a religiosa”. Porém, em outra obra (2002a), inclui expressamente o discurso jornalístico em seu estudo de textos argumentativos. Ali, ele fala em “convencer ou persuadir através do arranjo dos diversos recursos oferecidos pela língua” (p. 7), classificando a linguagem como forma de ação e situando os textos argumentativos como a modalidade na qual a persuasão se exerce com maior vigor.

O autor argumenta que existe - e o Jornalismo trabalha nesta direção – um esforço para a produção de sentidos em função de determinados desejos humanos. Ele exemplifica com a Torre de Babel, que mesmo antes de começar a se concretizar já existia como projeto (como linguagem). Mas, segundo Cittelli (2002a, p. 13), Deus não permite a constituição desse novo sentido e mistura as línguas, condenando os “buscadores prematuros da glória” ao

longo e penoso percurso de procura de outros sentidos.

Fiorin (2002, p. 10) discorre tão bem sobre os mistérios linguísticos do episódio da Torre de Babel – e outros ligados à linguagem na Bíblia - que faria Tucídides chorar de novo. Conta-se que o antigo historiador chorou pela primeira vez ouvindo Heródoto.

Subjacente à descrição, está a noção de que a linguagem é sinônimo de ordem; e ordem é uma prerrogativa do poder instalado. Assim Fiorin expõe:

Todas as sociedades têm uma narrativa mítica para explicar a origem da linguagem e a diversidade das línguas. Esse mito, no que concerne às civilizações que poderíamos chamar de judaico-cristãs, está na Bíblia. Há quatro episódios nas Escrituras que tratam da questão da linguagem: encontram-se no Antigo Testamento os relatos da criação, do dilúvio universal e da torre de Babel, e no Novo, o do milagre de Pentecostes. As línguas e a linguagem inscrevem-se num espaço real, num tempo histórico e são faladas por seres situados nesse espaço e nesse tempo. No entanto suas origens dão-se num tempo mítico, num mundo desaparecido e os protagonistas de seu aparecimento são os heróis fundadores.

Para Fiorin (idem, p. 11), a passagem do caos à ordem se faz por meio de um ato de linguagem: “É esta que dá sentido ao mundo. O poder criador da divindade é exercido pela linguagem, que tem, no mito, um poder ilocucional, já que nela e por ela se ordena o mundo: [...] Ao mesmo tempo que faz as coisas, Deus denomina-as. [...] dar nome é criar”. E adiante completa: “uma coisa só existe na medida em que tem um nome, ou seja, em que entra no universo da linguagem” (idem, p. 12), assim como “colocar o homem na História é enunciá-lo” (idem, p. 14).

Siqueira (1999, p.20) observa que a temática da ciência e mídia levanta uma série de questionamentos, como “a construção do imaginário sobre ciência; o mito e a imagem do cientista; a representação da ciência como fábula, com ‘moral da história’ e a mescla de variedades e informação”. Um simulacro, resume a autora, mediante a habilidade da mídia de mediatizar a ciência para sua

audiência, promovendo – sobretudo a televisão, enfoque principal da autora, mas válido para outros veículos de comunicação – um “reencantamento do mundo” (como diria Maffesoli) e abrindo espaço “para o elemento não-racional, mítico, que neste fim de século abrangia até a ciência” (1999, p. 22). Até porque, a própria autora admite, cada visão de ciência está relacionada a critérios e valores.

Há uma aparente contradição entre mito e ciência. Desde a Modernidade, parece haver um enorme esforço em separar um da outra. O que justamente afirmamos é que a Modernidade não logrou o êxito pretendido, nem mesmo nos discursos presumivelmente mais racionais ou objetivos, como o jornalístico. Ou mais: o jornalismo científico. Siqueira (1999, p.137) afirma:

[...] a ciência se pretende objetiva – não neutra, como já foi discutido -, todavia, sua veiculação pela TV recorre a mitos e ritos – que são ordem do fantasioso, do metafórico, não têm nexo aparente, são ilógicos. Mas o mito da ciência não é uma narrativa linear, com início, meio e fim. Ele é construído por fragmentos que são utilizados, às vezes, em separado, em cada matéria ou nota que vai ao ar. O mito é esse rearranjar permanente, mas sem fugir da essência que é mantida sempre a mesma.

Para Bornheim in Azeredo (2001, p.16), a Modernidade não significou uma ruptura tão acentuada assim entre mito e ciência: “Newton, por exemplo, julgava que, quando fazia Física, de fato estava fazendo Teologia”.

Uma ciência que tem essa espiritualidade em sua gênese não se desvincula do sagrado tão facilmente.

Entre os vários aspectos pelos quais esse mito citado por Siqueira se manifesta, está o já mencionado “encantamento”. Ao apresentar as soluções dos problemas buscadas pelo homem, “quase magicamente”, a ciência – segundo a autora – mostra seu lado glamouroso. Mas é mais do que isso: ela faz um discurso salvacionista e messiânico. Ao contrário, é função do mito pretender uma solução para uma contradição – não da ciência ou da mídia.

Rossi (2002, p. 13) concorda que o discurso messiânico tem lon-

ga tradição de transformação através da História e assinala como ponto crucial – como nós, o tempo todo - a passagem da medievalidade para a Idade Moderna, ou segundo ele, “*a cultura moderna, que provoca um deslocamento do messianismo religioso para a fé na capacidade da razão/ciência construir o paraíso a partir do capitalismo*”.

A ciência tenta reencantar o ser humano – via meios de comunicação – justamente porque já o desencantou: o homem já começa a perceber que ela não tem todas as soluções. Ou, nas palavras da autora (idem, p. 138), uma vida “melhor” não pode ser buscada apenas no plano da razão, daí outras formas de interpretação, como a espiritual, têm que ser abordadas. Houtart (2003, p. 136-7) fala do “mundo desencantado a reencantar” e situa essa vida melhor, mais espiritualizada, como uma aspiração contemporânea, com um exemplo: “O Festival Internacional de Música Sagrada de Fez, no Marrocos, em 2001, tinha por tema: ‘Dar alma à globalização’”. Só falta agora alguém querer canonizar Marshall MacLuhan.

É por isso que Siqueira (1999, p. 11) abre seu livro com um pensamento de Tolstoi: “A ciência carece de sentido, dado que não tem resposta para as únicas questões que nos interessam, ou seja, o que devemos fazer e como devemos viver”. Na mesma direção vai Fiorin (2002, p.10), ao afirmar que o mito: “vive porque responde à angústia do desconhecido, do inexplicável; dá sentido àquilo que não tem sentido. Enquanto a ciência não puder explicar a origem das coisas e o seu sentido, haverá lugar para o pensamento mítico”. E acrescenta Valle (1998, p. 178): “A função mais nobre e primeira da religião continua sendo, como já se insinuou acima, a de criar sentido”.

E eles não são os únicos com esta perspectiva. Jung (1999, p. 50-51) defende veementemente a prevalência do dogma sobre a ciência enquanto fonte eficaz de respostas satisfatórias à inquietação do espírito humano:

Em minha opinião e sob o ponto de vista da verdade psicológica, qualquer teoria científica, por mais sutil que seja tem, em si mesma, menos valor do que o dogma religioso, e isto

pelo simples motivo de que uma teoria é forçosa e exclusivamente racional, ao passo que o dogma exprime, por meio de sua imagem, uma totalidade irracional. [...] Uma teoria científica logo é superada por outra, ao passo que o dogma perdura por longos séculos.

Para Valle (1998, p. 104), a religião é funcional neste sentido, justamente porque traz três importantes respostas a aspirações humanas. Primeiro, satisfaz o desejo de entender o universo e a vida como uma realidade dotada de sentido. Dá ao mundo e à História uma ordem interna. Em segundo lugar, gera uma certa possibilidade de controlar ou pelo menos prever o futuro. E em terceiro, é um conceito positivo em si, à medida que reforça sentimentos de autoestima, da relação com o divino e com os outros indivíduos.

A ciência, assim como a mídia, aparece no contexto da forma, o que privilegia os significantes (sensíveis, perceptíveis). Mas seu significado é esvaziado, tornado efêmero e extremamente fungível em virtude dos infinitos signos que a indústria cultural produz (idem, 138). Só que para esta indústria, a audiência é mera consumidora em potencial e, com isso, a ciência também se transforma em mercadoria de vitrine (ou de anúncio), fetichizando-se completamente. E, citando Ventura (in AZEREDO, 2001, p. 47), “a medida do jornalismo hoje é a indústria”. Adiante, ele mesmo acrescenta: “Fazendo um trocadilho, eu diria que a verdade no jornalismo é uma mentira” (idem, p. 48).

Igualmente muito interessante é o estudo de Contrera (1996) acerca do mito na mídia, o qual tem como foco a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. O discurso religioso mobilizado pelo jornalístico integra estes conteúdos arcaicos, em parte por meio dos artifícios linguísticos, e em maior parte pelos conteúdos em si. A autora ilustra: “... certos conteúdos da mídia, embora apresentados como a última novidade, no fundo não passam de uma reciclagem infundável de textos arcaicos” (CONTRE-RA, 1996, p. 12).

A autora se vale da Astrologia para, brilhantemente, demon-

strar a ocorrência de tais mitos arcaicos. O que Contrera defende – e partilhamos deste ponto de vista – é que existe uma “ingênua crença no progresso” transformada em objeto de culto e adoração, ou seja – nas palavras dela – projeções futuras que delimitam a incerteza por meio de ritualizações (idem).

Na obra de Contrera, é discutida a lenda que deu origem a todas as lendas: o mito do renascimento, criado quando um homem primitivo - num tempo que nem pode ser datado – observou o ciclo de vida de uma planta. É este ritmo cíclico que a autora verifica na mídia – não apenas no jornalismo, mas também nas telenovelas, nas coleções encartadas em jornais de domingo e na mixagem de músicas de uma emissora FM.

Mas nada mais cíclico que o jornal diário, segundo Contrera (1996). Para ela, a própria leitura do jornal (que por etimologia quer dizer “diário”) é um rito que repete o mito primordial. Diz ela: “Esse sentido ritual, implícito na leitura matinal do jornal, se dá por um processo de re-atualização do mundo que também re-inventa esse mundo, atribuindo-lhe um caráter mítico” (idem, p. 56).

Siqueira (1999, p. 71) faz afirmação semelhante, porém se refere à televisão: “A repetição dos procedimentos de veiculação, uma das características da televisão, faz analogia com os rituais. E o ritual reforça o mito”. A ciência absolutamente não escapa à regra: “... a ciência, à medida que se torna mais complexa, se distancia dos homens e dá margem a explicações míticas” (idem, p. 72). Terreno fértil para a apropriação do discurso religioso, que sobrevive ao tempo: “Símbolos, mitos e rituais são elementos que se perpetuam de geração para geração” (idem, p. 74). Mas Siqueira vai ainda mais longe, atualizando o conceito: “A redundância está presente em toda narrativa de consumo contemporâneo. [...] O ritual também é repetitivo” (idem, p. 102).

Para a autora, a questão central da ciência como mito nos meios de comunicação passa pela retomada do místico como explicação em várias instâncias, o que explicaria em parte o aumento de vendas de títulos esotéricos e a proliferação de seitas evangélicas e apocalípticas. Passa pelo “reencantamento do mundo” de Maffeso-

li, em oposição ao “desencantamento do mundo” descrito por Max Weber (1999, p.80). Maffesoli (1995, p.76) assim expõe seu pensamento: “... a ênfase posta nas noções como as de magia, encanto, visão, aparição, que caracterizavam o estilo contemporâneo, e que são causa e efeito, na vida diária, dessa ‘religação’, que não cessa de espantar os observadores sociais”. Siqueira (1999, p. 84) diz que “os meios de comunicação de massa refletem esse reencantamento, seja na programação de entretenimento, seja na de informação”.

Maffesoli (1995, p. 83), tecendo uma crítica à televisão, fala – obviamente mobilizando o discurso religioso - dos transe coletivos provocados pelo meio de comunicação, numa atualização de rituais arcaicos:

[...] a televisão deixa ver essas efervescências a uma multidão beata que delas se alimenta. Segundo uma liturgia bem azeitada, os ‘jornais’ analisam os acontecimentos e, no intervalo, os jogos de prenda, as novelas, os espetáculos de variedades, os ‘shows da vida’, as reportagens sobre os grandes acontecimentos esportivos, ‘culturais’, políticos e mundanos mostram os diversos delírios característicos da época.

Tanto Maffesoli (1995, p. 115) quanto Siqueira (1999, p. 86) observam que a ritualização dos meios de comunicação e sua programação atualizam o mito, ao mesmo tempo em que este se autojustifica simplesmente porque já é conhecido e realiza com competência a ligação entre o “arcaico” e o novo.

O jornal diário, contudo, não remete apenas ao mito primordial do eterno renascimento. Por natureza, ele atravessa o reino de Cronos, o tempo, e até de Pã, à medida em que o meio de comunicação segmenta, fragmenta, acelera e apresenta de forma simultânea e efêmera a realidade ao leitor. Ou seja, um caos. Ao transitar do caos à ordem e de volta ao caos, todos os dias, o jornal reedita também o mito de Sísifo. Finalmente, aparece como um emissário de Hades, ou Plutão, deus dos mortos:

O jornal, ao pautar o nascimento do dia, noticia-o por meio

de catástrofes da sociedade, de uma escatologia do cotidiano. Desse modo, noticiando a morte, esvazia a vida de vida e vivifica-se a si mesmo como materialidade e meio que se torna um fim. Enquanto o jornal noticia as várias faces da morte, nasce ele mesmo (CONTRERA, 1996, p. 66).

Serva (1997, p. 121-122) argumenta no mesmo sentido:

Rigorosamente, a imprensa nesse momento procura se comportar como os deuses: diante do caos primordial, ela organiza! Aos editores, com aos deuses, nada é caótico, tudo faz parte de um plano anterior, todos os fatos cabem, portanto, em um enredo pré-traçado, são páginas de um romance cujo enredo nós, leitores, desconhecemos, mas os autores, como os próprios deuses, conhecem ou podem explicar. É assim que se comportam os jornalistas, ou os jornais, já que o rito ultrapassa a ação de cada um de seus autores.

O autor, porém - ato contínuo - alerta que os fatos são organizados “conforme um plano maior” que não é no caso, uma criação, mas uma reprodução, ou melhor ainda, uma representação dos fatos.

A SAGRADA ARGUMENTAÇÃO

Breton (2003, p. 7), em excelente estudo sobre a argumentação, inicia sua obra com as seguintes considerações:

A argumentação pertence à família das ações humanas que têm como objetivo convencer. Numerosas situações de comunicação têm, de fato, como finalidade obter que uma pessoa, um auditório, um público adotem determinado comportamento ou que eles compartilhem de determinada opinião. [...] Os meios utilizados para convencer são extremamente variados. Eles colocam em ação procedimentos complexos que utilizam toda a riqueza dos comportamentos humanos.

Em outras palavras, o autor diz que a argumentação, como estratégia do ato comunicativo, objetiva modalizar o receptor da

mensagem (auditório é um termo da Retórica; público, da Teoria da Comunicação, mas ambos perfeitos para nosso estudo). Para Breton (idem, p. 9), a relação entre o orador e seu auditório, no discurso dos políticos, quase chega a ser erótica – e o tocar faz parte desta relação.

Um dos meios – mas não o único – mais poderosos de chegar à convicção é por meio da sedução, que toma formas muito variadas. Não deve ser à toa que a ideia de sedução está presente em tantos discursos. Está no Gênesis (capítulo 3), na serpente que tenta Eva; está tipificada como crime, no Código Penal brasileiro (e outros), no artigo 217; está na Linguística; e também no jornalismo. Para Ajzenberg (in CASTRO e GALENO, 2002, p. 54), por exemplo, um texto jornalístico será tanto melhor quanto mais se souber manipular “os recursos estilísticos e linguísticos de sedução”.

Mas nem só de sedução vive a argumentação, pois alguns argumentos se valem mais da razão do que os sentimentos, como é o caso do Jornalismo, que apela para a demonstração, que permite, segundo Breton (idem), “transformar uma afirmação ou um enunciado em um ‘fato estabelecido’, que ninguém poderá contestar”. Ou seja, de forma dogmática.

A demonstração científica, de acordo com o autor, constitui um gênero particular de argumentação (idem, p. 11). Porém, a opinião formada por ela a respeito de conceitos mais abstratos, como a virtude e a igualdade, “escapa ao espaço da demonstração. O que nos leva a dizer: felizmente! Pois querer demonstrar cientificamente os valores só pode levar ao totalitarismo” (idem, p. 15).

Breton (2003, p. 37) diz mais:

A opinião, neste sentido, é ao mesmo tempo o conjunto das crenças, dos valores, das representações do mundo e da confiança nos outros que um indivíduo forma para ser ele mesmo. Mas a opinião não é tudo, pois ela é móvel, está em perpétua mutação, submetida aos outros e levada por uma corrente de mudanças permanentes. A opinião se distingue da certeza ou da fé, que se situam fora de qualquer discussão (mas não necessariamente fora do espaço da dúvida). Três

grandes campos escapam à opinião e estão ligados à certeza: a ciência, a religião e os sentimentos.

O Jornalismo, contudo, parece atravessar esses limites. Por causa de uma herança positivista, os textos jornalísticos científicos utilizam semelhantes artifícios argumentativos, seja para tratar de uma partícula subatômica ou da preferência dos humanos por gatos ou cachorros. Tais temas, ou quaisquer outros, são elaborados deliberadamente – nos textos – de modo a formar uma opinião ideologicamente marcada. A própria organização textual pode revelar tais aspectos – é a trapaça discursiva de Fiorin.

Ao descrever a “trapaça discursiva”, Fiorin (2003, p.41) explica:

Enquanto o discurso é a materialização das formações ideológicas, sendo, por isso, determinado por elas, o texto é unicamente um lugar de manipulação consciente, em que o homem organiza, da melhor maneira possível, os elementos de expressão que estão a sua disposição para veicular seu discurso.

Breton (2003, p. 37), embora afirme que o conhecimento científico (sob um ponto de vista moderno, frise-se) escape à opinião, admite que a separação, apesar de histórica, não tem fronteiras definidas, pois, por exemplo, “certos fatos científicos alimentam nossas crenças mesmo depois de deixar de serem fatos para os próprios cientistas, devido ao avanço dos conhecimentos”. Além disso, apesar da aura dogmática da ciência, ela mesma tem, internamente, suas próprias controvérsias: “Os resultados científicos não se discutem, eles se impõem a todos e não constituem, então, uma opinião. Estas leis se destinam a um auditório universal. Mas, pode-se dizer que na ciência ainda se discute..”

Semelhantemente se dá com a fé religiosa (idem, p. 39-41):

Além da ciência, a religião constitui um outro campo que escapa à argumentação. A fé, a verdadeira fé do homem simples, é partilhada, comunicada, mas não pode ser explicada ou argumentada. A crença na presença do sangue de Cristo no vinho, na ascensão do profeta, no fato de que o próprio Deus tenha ditado as tábuas da Lei e a Tora não é uma opinião. Ela

é, no sentido estrito, bem mais do que isto, ela vai além muito além de opinião. Além das formas que ela toma, a consciência do sagrado não é, como o diz Mircea Eliade, um momento na história da evolução, mas um componente atemporal da humanidade. Mas aí também poderemos objetar que nem tudo nas religiões é pura revelação ou fé vivida no mistério. Há também debates, discussões. A teologia é também um espaço em que se convence mutuamente. [...] Não é na verdade uma coincidência que o ensino da retórica tenha sido mantido pelos padres jesuítas mesmo quando o ensino público o havia abandonado desde o fim do século XIX.

Mora (2003, p. 21) também menciona a apropriação do sagrado pela ciência:

O papel de destaque alcançado pela ciência revestiu seus praticantes de uma aura de superioridade, ao mesmo tempo em que ela transformou-se em paradigma das outras formas de vida intelectual. Acirraram-se os convencionalismos e o treinamento tornou-se dogmático; a ‘verdade’ passou da mão de um para a mão de outro, da doutrina religiosa para a doutrina científica.

O Jornalismo, de forma astuta e inteligente, parte da premissa de tais conhecimentos e relações de mundo que escapam à opinião – ciência e fé – e vincula a eles novos conhecimentos e informações, voltando a partir daí a formar novas opiniões que, agregadas às anteriores, sólidas, também se fortalecem.

Para Breton (2003, p. 75), trata-se de fazer um enquadramento do real, que “dita a ordem do mundo e propõe que a partilhemos”. Tal ordem pode ser obtida delegando um saber sobre esta ordem, dando-lhe um sentido ou definindo-a, ou seja, operando uma espécie de “reenquadramento”. Para isso, aquele que argumenta poderá se apoiar em argumentos conservadores ou inovadores, conforme o caso.

A afirmação pela autoridade é, para Breton (idem, p. 76), uma das categorias de argumentos de enquadramento: “Sua forma é constante: o real descrito é o real aceitável porque a pessoa que o descreve tem a autoridade para fazê-lo. Esta autoridade deve

ser evidentemente aceita pelo auditório para que ele, por sua vez, aceite como verossímil o que lhe é proposto”.

No caso, o orador poderá sustentar sua argumentação sobre sua própria autoridade, ou ele poderá convocar uma exterior, ou ainda buscá-la na pouca autoridade do auditório no assunto.

A autoridade, porém, pode ter várias naturezas, segundo Breton. Pode ser baseada num saber, numa função exercida que confere competência (aos especialistas, que a imprensa científica tanto gosta de dar voz), ou mesmo uma autoridade por acaso (como uma testemunha ocular de um evento).

A aceitação do argumento de autoridade pode também ocorrer pelo entendimento de uma “delegação do saber”, ou pela confiança depositada na autoridade. Breton (idem, p. 79-80) informa como isso funciona:

Os meios de comunicação atuais, em sua função de testemunho e, logo, de informação, são a instituição que mais usa esta delegação de saber. Ao mesmo tempo, um ponto de vista crítico poderá achar que eles baseiam cada vez mais sua autoridade em um monopólio de fato do testemunho e em um poder real sobre a sociedade. Esta delegação de saber coloca o problema da confiança que é uma velha questão da retórica. Se um orador ‘inspira confiança’, o enquadramento do real que ele propõe será, então, mais aceitável.

Tal confiança pode vir de um raciocínio fundamentado na competência, na experiência ou no testemunho. A competência se refere a uma prévia competência científica, técnica, moral ou profissional: “Apesar de tudo, o homem competente possui uma aura que reforça suas opiniões, mesmo nos domínios distantes de sua competência” (BRETON, 2003, p. 81).

O argumento da experiência baseia-se menos em uma competência e mais em uma prática efetiva. A competência, como dissemos, pode ser contestada pela falta de autoridade, pela falta de competência. Mas a experiência tem como contraditório a inocência, que equivale a uma espécie de neutralidade que parece uma “pureza”.

Já o argumento de testemunho (conceito ligado ao discurso religioso) refere-se ao fato de “ter estado lá”. É diferente da experiência, segundo Breton (idem, p. 83): ambos se servem de uma prática concreta, mas a experiência implica uma duração e acumulação, ao passo que o testemunho é pontual.

Vale a pena mencionar, especialmente, o que Breton (2003, p. 93) comenta a respeito dos pontos de vista. Ele os situa como “crença na ordem do universo”, claramente empregando o discurso religioso criacionista para explicar a questão. Na verdade, ao se referir a uma ordem universal que pode ser pelo menos conhecida, o autor utiliza um discurso teológico tipicamente medieval:

a existência dos pontos de vista e sobretudo sua utilização no ato argumentativo mostra que eles se tornaram possíveis pela crença unanimemente partilhada de que o mundo, o universo simbólico no qual evoluímos, é dotado de uma certa ordem e que esta ordem pode ser, ao menos parcialmente, conhecida. Os pontos de vista da argumentação, que são de certo modo instrumentos de conhecimento, tentam compreender e dar conta desta ordem, à sua maneira. Neste sentido, eles contribuem para a construção do universo de referência que é partilhado pelos parceiros de uma comunicação.

É de ordem e ordenamento (num sentido de mandamento ou doutrinação) que trata a obra de Gomes (2003). Bucci, seu prefaciador, prepara o espírito do leitor logo na primeira frase, roubando-lhe a inocência: “A ideia de que as notícias de jornal ‘tratam a realidade’ não faz sentido”. E continua: “Faria mais sentido dizer que eles consolidam a realidade, ou aquilo a que chamamos, muito precariamente, de realidade” (GOMES, 2003, p. 9).

Bucci também fornece algumas premissas para a leitura de Gomes e, ao situar o leitor no contexto da obra, caminha no mesmo sentido que Breton, só que o faz do ponto de vista de um jornalista que analisa a linguagem. O prefaciador afirma (idem):

Há algo na natureza do fato (e do fato jornalístico em especial) que já é, desde sempre, relato. Quer dizer: o fato já

nasce como relato. [...] Os fatos acontecem, no instante em que acontecem, já como relatos. Ou, se quisermos, como elementos discursivos. Um fato ambiciona a condição de relato – pois só o relato dará a ele, mero fato, um sentido narrativo. Não há, portanto, fato jornalístico sem o relato jornalístico. O que pretendo dizer, enfim, é que o relato jornalístico ordena e, por definição, constitui a realidade que ele mesmo apresenta como sendo a realidade feita de fatos.

Gomes (2003, p. 16) diz o mesmo: “Ora, a prática jornalística é essencialmente discursiva, donde ser desejável uma análise de seus procedimentos por meio dessas coordenadas”.

Feito então o enquadramento (ou reenquadramento), resta ainda estabelecer o vínculo, pois, para Breton (idem, p. 113), “os argumentos de enquadramento não são suficientes em si mesmos para convencer”. O vínculo pode ser obtido por diversos artifícios argumentativos, como a dedução e a analogia, por exemplo. São artifícios bastante abordados na Retórica aristotélica.

Frye (2004, p. 33) desenvolve uma reflexão sobre a linguagem metafórica, metonímica e analógica, com destaque para a alegoria, típica dos textos sagrados: “A alegoria é uma forma especial de analogia, uma técnica de pôr em paralelo a linguagem metafórica e a conceitual de tal modo que esta tenha a última palavra. A alegoria suaviza as discrepâncias de uma estrutura metafórica conformando-a a um padrão conceitual”.

Parkes (in CAVALLO e CHARTIER, 2002, p. 113) menciona o que Santo Agostinho – nome importante na interpretação textual da Idade Média – dizia da alegoria, ao comentar as bases teóricas da hermenêutica medieval:

O mais influente tratado sobre hermenêutica desse período era o *De doctrina christiana*, de Santo Agostinho, e começou a ter circulação mais ampla a partir do século IX. Santo Agostinho considerava que a alegoria era um presente do Espírito Santo para estimular a nossa inteligência. O processo de decifrar o significado de um texto levava a uma melhor compreensão da verdade e era inerente à *lectio* monástica.

O autor explicita ainda mais a relação com o sagrado (idem, p. 35):
Dessa forma, passou-se a pensar a linguagem analógica como linguagem sacramental, uma resposta verbal à própria revelação divina, que também fora verbal. Era essencial que houvesse alguma forma de analogia; em caso contrário não haveria realidade para a linguagem humana ‘substituir’, e ninguém sustentaria que a linguagem humana fosse totalmente adequada para veicular tal realidade.

A perspectiva transcendental, para o autor, sobreviveu como “necessidade cultural e política para preservar a autoridade, mesmo depois da Renascença e da Reforma” (idem, p. 36).

Já a comparação, muito usada, é empregada com argumentos de reenquadramento, segundo o próprio Breton (2003, p. 136). Curiosamente, “a comparação deve comparar apenas elementos que não são totalmente comparáveis, salvo se quiser ficar no universo da evidência”.

Para falar da comparação analógica, simplesmente vamos transcrever um trecho ilustrativo de Breton (2003, p. 138):

Os redatores inspirados no Antigo Testamento, para convencer seus leitores que o homem foi criado por Deus (o que não constitui uma evidência no contexto da época), usam frequentemente analogias com o trabalho do ceramista. Deus teria criado o homem do barro como o artesão faz o vaso de cerâmica. O foro aqui é esta realidade conhecida e aceita segundo a qual a criação é a formatação de uma matéria maleável segundo um plano determinado, mas também em um corpo a corpo com o concreto. O foro é constituído como uma relação do criador com a criação. Aquilo que queremos convencer, isto é, o tema, é que há uma relação semelhante entre o homem, criatura, e seu criador.

A argumentação pelo exemplo difere um pouco daquela por comparação. Também frequente, o exemplo pode se manifestar pela ilustração ou pelo modelo. A primeira às vezes é mera figura ornamental do discurso; o segundo é mais forte, porque se

proposto como norma deve ser imitado.

É assim que funciona o que chamamos de “sagrada argumentação” feita pela mídia, pois o texto jornalístico é, por excelência, um “lugar de manipulação consciente” exatamente nos moldes propostos por Fiorin.

O próprio Fiorin mobiliza o discurso religioso, quando afirma que um enunciador, “ao exercer seu fazer enunciativo, produz um sentido com a finalidade de influir sobre os outros. Deseja que o enunciatário creia no que ele diz, faça alguma coisa, mude de comportamento ou de opinião etc.”.

Em outras palavras, opera – por meio da linguagem – uma instância de poder (no mínimo modalizador) com argumentos ligados ao sagrado (ao *crer*). Ainda que Fiorin deixe revelar, em sua obra, alguma ênfase no conceito de dialética entre classes, ele mesmo recorre em vários momentos ao discurso religioso.

Não é difícil para o profissional do jornalismo mobilizar esses discursos. Chiavegatto in Azeredo (2001, p.230) diz que os jornalistas podem construir textos “com falas de outros sujeitos inseridas em seus próprios enunciados. Tais citações embutem significados pragmáticos, ligados à revelação ou mascaramentos dos juízos dos sujeitos discursivos acerca do conteúdo das vozes que importa para as suas”.

O objetivo de Chiavegatto, na verdade, é demonstrar que essa mesclagem de vozes “é um dos mais poderosos recursos de mascaramento e/ou desvelamento de ideologias na linguagem” (idem, p. 231). *Mutatis mutandis*, o princípio se aplica à mesclagem da “voz religiosa” à “voz jornalística” e “científica”.

Uma de suas principais conclusões é que o jornalista age com inteligência, dolo e competência. Afinal, o modalizador deve estar melhor preparado que o modalizado:

O jornalista ativa os domínios cognitivos das ‘outras vozes’ armazenadas na memória. Entre os elementos que o compõem, lança luz (o foco) sobre aquilo que lhe interessa focalizar, fazendo os recortes que achar conveniente: seu intuito é transmitir, além da informação veiculada pelas formas

significantes, instruções para que processemos os significados que forem adequados ao trabalho de face que pretende empreender. O discurso jornalístico exige que o profissional saiba muito bem quando deverá usar um discurso direto, indireto ou uma paráfrase: cada construção revela a ideologia dos sujeitos que a constroem. Na verdade, algumas vezes, são as inferências que processamos a partir dessas construções a principal função dessas construções no discurso jornalístico (CHIAVEGATTO in AZEREDO, 2001, p. 244).

O Jornalismo, através das *práticas intertextuais* descritas por Guimarães (2003a, p. 26), opera de forma semelhante essa mobilização de vozes. Tais práticas inscrevem o novo texto “num campo intelectual já conhecido do leitor, com quem estabelecem uma espécie de convivência, pela reutilização de material que remete a um ‘já escrito’ que predetermina o texto e lhe assegura a previsibilidade – desde a simples reminiscência até a citação”.

Schwartz (1985, p. 41) expõe a mesma ideia assim: “Em uma página impressa, cada linha é uma extensão da linha anterior e numa sentença cada palavra é a extensão da palavra anterior. A palavra impressa favoreceu o conceito de que o novo é uma extensão do antigo”.

Outras estratégias argumentativas podem estar ligadas a regras sintáticas, leis semânticas ou uma questão de lógica de pressuposição, antecedentes e consequentes, causas e efeitos, oposições, ou mesmo alguma orientação teleológica no texto que geram um raciocínio indutivo no texto como um todo. (CITELLI, 2002 a, p. 35).

Ao manipular a intertextualidade e o discurso religioso, o jornalismo gera argumentos de autoridade e legitima não a “verdade” ou “o fato”, mas o próprio discurso, a própria voz. Lopes (1978, p. 53) adverte: “A intertextualidade empenha uma retórica e uma ideologia. A conversão de um discurso em um texto é a operação ideológica típica da ‘leitura’, que afirma a existência de um sentido”.

Como agente persuasor, o texto jornalístico trabalha não com uma verdade, mas “com algo que se aproxime de uma certa verossimilhança ou simplesmente a esteja manuseando” (CITELLI,

2002, p.13). E para Silva in Castro e Galeno (2002, p. 49), “só é verossímil aquilo que, ao expressar-se, inclui alguma falsidade, uma deformação (de forma ação). O jornalismo, como construção de texto, precisa falar do verdadeiro, sem falsidade, mas com verossimilhança”.

É o mesmo Cittelli, em outra obra (2002a, p. 18) que expõe:

Ao lermos os artigos de jornais que defendem certas teses, por exemplo, favoráveis ou não à pena de morte, ao aborto, à gratuidade do ensino superior, ao pagamento da dívida externa, estamos diante da formação de visões de mundo, pontos de vista, concepções que pretendem, em última instância, influenciar nos conceitos, ideias, opiniões das pessoas. O mesmo pode ser dito no atinente aos debates e comentários feitos pela televisão e pelo rádio, aos anúncios publicitários, aos discursos políticos ou religiosos, à discussão acalorada sobre futebol ou Fórmula 1.

O autor fala, é claro, das formações discursivas que, segundo ele, estão sempre em luta na tentativa de expressar diferentes interesses sociais: “Essas formações impõem-se umas sobre as outras por força, muitas vezes, dos veículos de massa. O poder dos jornais, das emissoras de rádio, das cadeias de televisão é muito grande”. (CITELLI, 2002 a, p. 19). No fundo, diz o autor adiante, é uma questão de “fazer crer”.

Siqueira (1999, p.53) também vê este componente de “fé” na divulgação científica ao receptor dos meios de comunicação, como uma fase posterior à comprovação empírica. Para ela: “por muito tempo, foi possível comprovar a ciência por meio da observação de fenômenos naturais e de experiências facilmente reprodutíveis; hoje, para o ‘homem médio’ [...], é preciso ‘acreditar’ em uma teoria do caos, em fractais e em moléculas invisíveis”.

Numa abordagem mais linguística, Maingueneau (2001, p. 31) expõe um conjunto de normas através das quais o discurso atua, gera sentido e efetiva a comunicação. As regras do jogo enunciativo dependem de fatores extralinguísticos, como a suposição, por

exemplo, de que um enunciado é sério. E salienta:

Evidentemente, a característica de ser sério não está no enunciado, mas é uma condição para uma interpretação correta: até prova em contrário, se vejo uma placa com a proibição de fumar em uma sala de espera, vou presumir que o aviso é para valer. Não posso retrair a história dessa placa para ter certeza: o simples fato de entrar num processo de comunicação verbal implica que se respeitem as regras do jogo. Isso não se faz por intermédio de um contrato explícito, mas por um acordo tácito, inseparável da atividade verbal.

É igualmente impossível retrair a história de cada texto jornalístico, porque ninguém fará uma crítica genética de cada notícia publicada. Simplesmente são aceitas as regras do jogo, sustentando a verdade do texto sobre uma série de suposições e subentendidos que a maioria sequer saberia nomear. É mais fácil, seguro e tranquilo deixar como está: a mídia publica e o leitor acredita. O autor diz que (idem, p. 40):

o discurso jornalístico é de certa forma antecipadamente legitimado, uma vez que foi o próprio leitor que o comprou. O jornal procura apresentar-se como quem responde a demandas, explícitas ou não, dos leitores. Quando o jornal propõe uma seção ‘Sua saúde’ ou ‘Resultados esportivos’, ele valoriza a face positiva do leitor, interessando-se pelas suas preferências ou necessidades, aceitando-as como legítimas ao satisfazê-las; ele valoriza também sua própria face positiva de locutor, ao mostrar-se preocupado com o bem estar de seus clientes.

Evidentemente, tal “face positiva” é apenas a “fachada social”, a imagem exterior valorizada e exibida aos outros (MAINGUENEAU, 2001, p. 38).

Ao fornecer um mínimo de pertinência, sinceridade, informatividade, exaustividade e modalidade (ainda que por representações ou simulacros), os textos jornalísticos obedecem às “leis do discurso” de Maingueneau (2001, p. 34-37) e asseguram seu objetivo comunicativo, que – obviamente – passa pela persuasão e

pelo convencimento.

Algumas dessas “leis do discurso” são discutidas por Sato in Castro e Galeno (2002, p. 31):

A vocação da notícia é representar o referente, o que torna a notícia, em princípio, verificável. Ao exigir-se do jornalista o uso da terceira pessoa que garantiria formalmente a impessoalidade do discurso, tem-se como resultado um discurso esvaziado, que acaba por ocultar o processo social que possibilitou a notícia.

O ‘apagamento’ das marcas do sujeito tem como resultado um efeito de objetividade, pois o peso dado ao referente externo cria a ilusão de sua autonomia, de uma existência independente da linguagem.

[...] Alguns recortes do processo histórico são apresentados como se constituíssem a totalidade. Através da ‘objetividade’ desaparece, então, a distinção entre aparência e realidade, entre fato e agente, entre substância e atributo’.

Bucci in Gomes (2003, p. 11), porém, denuncia que os jornalistas são os únicos que ainda não sabem, não podem saber, ou não estão autorizados a saber dessa ilusão de objetividade. Ou será que não querem? O autor comenta:

O jornalismo ainda crê e faz crer no relato positivista. O discurso jornalístico, de que o profissional de imprensa é o operador, supõe-se baseado na premissa de que os eventos se sucedem independentemente da presença ou do olhar do observador, premissa que foi abandonada até mesmo pela Física, há coisa de um século, com o advento da Mecânica Quântica.

Da mesma forma, o enunciador *jornalista* demonstra sua competência discursiva e comunicativa (MAINGUENEAU, 2001, p. 40-50). Caso contrário, não seria capaz de gerar o sentido sagrado em seu texto. Tal sentido é gerado, como defendemos, em função do lugar ocupado pelo enunciador *jornalista*, e também porque consideramos o discurso - como o faz Maingueneau (2001, p. 55) - “no bojo de um interdiscurso” e levando em conta as tipologias comunicacionais, de situações de comunicação, linguísticas e discursivas

(idem, p. 60-63).

Contudo, para Bucci (in GOMES, 2003, p. 12), preocupado com as implicações éticas, o fenômeno assume um contorno grave:

O discurso jornalístico é um fator ordenador daquilo a que chamamos, por algum resíduo de inocência imperdoável, de realidade. Ora, e o que é a realidade, senão aquela que é dada pela mídia – ou pelas reações à mídia, o que dá no mesmo? O que é a realidade senão a composição de sentidos e de significados tal como ela pode acontecer nos termos da comunicação social?

Dadas estas peculiaridades do discurso, é lógico supor que Maingueneau (2001, p. 79) chegaria a esta conclusão: “Uma das características do discurso científico é precisamente pretender ser verdadeiro independentemente da situação particular em que é enunciado”. Tal privilégio, reivindicado e apropriado pelo discurso jornalístico científico, confere a este um *status* efetivamente sagrado.

Eis o problema: o discurso científico não é verdadeiro independentemente da situação de enunciação, e isso aparece refletido em sua materialidade – o enunciado (aqui, nosso objeto de estudo). A sacralidade é apenas aparente, embora funcione no leitor. Delas e Filliolet (1975, p. 113), aliás, alertam para o engodo do discurso técnico, em certo sentido: “As terminologias científicas e técnicas constituem, dentro do léxico, microconjuntos cuja organização é enganadora, pois reflete somente classificações extralinguísticas, que se aplicam a fenômenos ou objetos”.

Guerreiro (1989, p. 56) parece ter desmascarado essa “farsa” ao expor a diferença entre fato, valor e ciência:

Tão disseminado tem sido seu uso, que não seria exagero considerá-la [a distinção entre os três conceitos] uma autêntica instituição cultural. As coisas se passam como se dispuséssemos de definições precisas para fato e valor, mas é justamente essa pressuposição que será questionada. Costumeiramente, a atividade científica tem sido invocada como paradigma privilegiado para o estabelecimento do conceito de ‘fato’, porém as definições elaboradas a partir de tal paradigma pressupõem inevitavelmente valores.

O autor não restringe a abrangência dessa farsa ao conhecimento científico da Física ou mesmo da Biologia. Ele afirma: “Se os valores implícitos nas ciências exatas revelam de fato uma parte de nossa ideia de bem, não é despropositado pensar que outras partes possam ser inferidas das normas de aceitação racional vigentes em outros domínios do saber” (idem, p. 61). Ou seja, aqueles paradigmas para aceitação de um “fato” nas ciências exatas valem para as ciências humanas, assim como para o Jornalismo, que também alega lidar com “fatos”.

HAGIA RETÓRICA E HIERO-ESTILÍSTICA

Nossa “Hagia” Retórica, embora de tradição cristã, encontra sua origem mais remota em Aristóteles. Fonseca in Aristóteles (2003, p. XII-XIII) expõe:

Aristóteles, que sempre revelou grande interesse pelo assunto, resolve tomar posição estabelecendo leis para a retórica e definindo-lhes as regras. Para ele, a retórica deve ser sobretudo uma rigorosa técnica de argumentar, mas distinta daquela que caracteriza a lógica. [...] a retórica utiliza os silogismos, denominados por Aristóteles entinemas, que, embora convincentes, são refutáveis. De fato, a retórica pode concluir, ao mesmo tempo, teses entre si contrárias.

Meyer in Aristóteles (2003, p. XX) complementa, observando que o filósofo grego separa a Dialética (lugar da argumentação) da ciência (de textura lógica): “Aristóteles se dedicará a produzir uma teoria da argumentação e da retórica, como se dedicará a teorizar a lógica, enquanto Platão amalgamava as duas, poupando-se com isso a preocupação de produzir conceitualizações independentes”.

Meyer (idem, p. XXIX) explica:

Há o que é tal como deve ser. A ciência nos falará disso. Há o que é tal como pode ser, por conseguinte, tal como pode não

ser também. Trata-se do objeto da retórica. Para o que foi, mas poderia não ter sido, o gênero discursivo por excelência é a retórica judiciária. Julga-se o que aconteceu, mas, como isso poderia não ter acontecido, a responsabilidade do agente fica comprometida e, se há debate, é porque precisamente se julga da oportunidade da alternativa.

Aristóteles dedica parte de sua obra às paixões, ou seja, aqueles estados da alma (quatorze são elencados por ele – cólera, calma, temor, segurança (confiança, audácia), inveja, imprudência, amor, ódio, vergonha, emulação, compaixão, favor (obsequiosidade), indignação e desprezo) que fazem o homem desviar da razão e do bem, deixando de imitar a ordem natural e não materializando a virtude potencial. Aristóteles não condena as paixões, mas seus excessos, afirmando inclusive que dar livre curso a elas é permitir que os meios se apresentem como fins.

Meyer (idem, p. XXXIX) afirma que “as paixões da multidão, as ambições dos homens de ação, o materialismo dos negociantes vão tornar-se, depois de Santo Agostinho, a própria essência das paixões. Essa ‘reviravolta cristã’ transformará em paixão a ilusão de que um meio é um fim, quando o único fim deve ser o amor de Deus”.

Curiosamente, esta coincidência entre o discurso aristotélico e cristão não aparece apenas aqui. Ao abordar a calma, por exemplo, o que Aristóteles expõe se assemelha ao ensinamento cristão que diz “não resistais aos inimigos” (Mt 5:39). O grego argumenta que, ao não resistir, não se inflama a cólera do outro. Numa outra passagem, ao falar do amor (amizade; filiatx), ele assim comenta: “As causas da amizade são o favor, o fazê-lo sem que seja solicitado e o não divulgá-lo, após tê-lo prestado, pois assim parece que se agiu por causa desse amigo e não por uma outra razão” (ARISTÓTELES, 2003, p. 27). Parece muito com a ideia de que a mão esquerda não saiba o que a direita faz, ou seja, o princípio de que não se deve fazer alarde do bem que se pratica (Mt 6:1-4).

As origens da Retórica, para Breton (2003, p. 24), estão no quinto século antes de Cristo. Até em sua explicação o autor mo-

biliza o discurso criacionista, ou seja, religioso:

[...] a retórica reúne tudo em uma espécie de magma inicial que procura pouco a pouco sua ordem e seu destino. A primeira retórica e ao mesmo tempo argumentação, raciocínio, busca de uma ordem do discurso e manipulação das opiniões e das consciências, afirmação que tudo é argumentável e que o orador é mais um homem de poder do que um homem de ética e de opinião. A partir de então, a retórica estendeu seu ‘império’ sob diferentes formas até os dias de hoje. Império ‘mais vasto e mais tenaz do que qualquer império político, por suas dimensões, por sua duração’, para retomar a expressão de Roland Barthes. Durante dois mil e quinhentos anos, até a explosão das disciplinas do fim do século XIX, a retórica foi o centro de todo o ensino.

Se aplicarmos ao jornalista a ideia de “que o orador é mais um homem de poder do que um homem de ética e de opinião”, temos aí um dos pontos mais importantes deste estudo. Tal analogia não é nem um pouco leviana, levando em conta as palavras de Barthes endossadas por Breton.

Quando se trata de efeitos de sentido, não só o Jornalismo domina tal conhecimento. A Estilística fornece os subsídios necessários para uma análise do discurso jornalístico científico. Seguimos aqui a orientação teórica de Guiraud (1970), que em sua obra - bastante didática - situa a Estilística como uma ciência que descende da Antiga Retórica. No mesmo sentido segue Martins (1989, p. 17), quando afirma que a Estilística “não pode ser completamente desligada de estudos sobre a expressão linguística feitos em séculos anteriores, a saber, a Retórica, que se ocupou da linguagem para fins persuasivos e artísticos”.

Para a autora, “a Retórica e a Poética formam os dois pilares em que se fundou a crítica tradicional do Ocidente, até chegar a Charles Bally” (idem, p. 18), referência no estudo do estilo. Ela mesma se remete a Guiraud, que foi muito claro ao estabelecer uma ligação da Retórica com a Estilística moderna: “Transmitida da Antiguidade à Idade Média, renovada na época clássica, con-

stitui uma estilística que é ao mesmo tempo ciência da expressão e ciência da literatura, tal como podia ser entendida na época” (GUIRAUD, 1970, p. 17).

Basicamente, a antiga Retórica, como arte de persuadir, apresentava quatro funções fundamentais: invenção (argumentos e provas); disposição (ordem dos argumentos), elocução (maneira de expor) e ação (entonação, fluência, gestualidade).

Para Breton (2003, p. 16), “a Retórica desapareceu dos programas escolares e universitárias, enquanto matéria de ensino e até como tema de um saber, a partir do século XIX”. Citando Barthes, ele lembra que a ideia do convencimento pela “evidência” – que se basta a si mesma e não precisa da linguagem – foi a responsável pelo descrédito, a partir do século XVI, ou seja, nos primeiros tempos da Modernidade. Tal evidência tomou três formas: pessoal (no protestantismo), sensível (no empirismo) e racional (no cartesianismo). O cartesianismo seria, aliás, uma grande rejeição ao verossímil. Foi então que a Retórica passou a ser vista apenas como uma “cor”, um “ornamento”, um aspecto estético, e não um raciocínio para convencer (BRETON, 2003, p. 17).

O autor diz que só na década de 60 do século XX, com o advento da publicidade, é que a argumentação se renova e se reabilita. Breton (idem, p. 19) afirma que Perelman foi o grande responsável por uma verdadeira renovação do interesse pela argumentação. Afinal, para este autor, um raciocínio pode convencer sem ser cálculo; pode ser rigoroso sem ser científico. O cartesianismo é colocado em xeque.

Quanto à habilidade argumentativa da publicidade, Breton observa: “O poder da mídia, as sutis técnicas de desinformação, o recurso maciço à publicidade tornam cada dia mais necessária uma reflexão sobre as condições de uma palavra argumentativa oposta à retórica e à manipulação”.

Breton (2003: 26-27) situa a posição da Retórica Clássica em relação à Moderna:

[...] o bom uso da argumentação implica, então, em uma rup-

tura com a retórica clássica e os diferentes meios de persuasão que ela propõe tradicionalmente. Mas pode-se dizer que a argumentação faz parte da retórica, da qual ela foi, durante muito tempo, e sobretudo para Aristóteles, uma peça essencial. [...] O objeto da argumentação evolui, talvez mais rápido do que a teoria. A evolução da linguagem, dos modos de comunicação, dos valores que têm tanta importância na argumentação. [...] A teoria da argumentação se renova também através dos exemplos que ela escolhe para tratar.

É importante assinalar as relações entre a Linguística e Teoria da Comunicação, pois as vemos como aspecto importante dos estudos interdisciplinares, que tanto defendemos. Tais marcas interdiscursivas constituem confortadores índices de que fazemos tal defesa com propriedade e fundamento.

Habermas (2003, p. 201), embora não estivesse particularmente tratando do estilo, faz uma oportuna observação acerca do jornalismo: “as notícias geralmente assumem formas de disfarce, passam a ser equiparadas a uma narrativa desde o formato até o detalhe estilístico (news stories); a separação rígida entre fact e fiction é abandonada cada vez com maior frequência”.

E prossegue, com uma crítica:

O que na imprensa diária apenas assim se esboça, já está bem mais avançado nos novos mídias: a integração dos setores outrora separados da publicidade e da literatura, ou seja, informação e raciocínio de um lado, beletrística do outro, acarreta uma peculiar distorção da realidade, claramente uma imbricação de diferentes níveis de realidade.

Guiraud (idem, p. 146) faz um oportuno comentário sobre a escrita, considerada como um valor: “Cada ideologia, cada regime, possui assim sua escrita que corrompe tudo o que toca, altera o valor das palavras [...] e, desviando o idioma da função transitiva a fim de persuadir, convencer, intimidar, transforma-o em instrumento de impostura”. O autor nada mais fez do que reafirmar a íntima relação entre escrita e poder.

Quem realizou significativo estudo histórico do estilo foi Auerbach (2002), citado por Martins (1989, p. 7-8). Para a autora, a obra de Auerbach é gigantesca, abrangente, profunda e erudita, numa combinação de abordagem sincrônica e diacrônica. Afirma a autora:

O objetivo da obra é nada menos que apreender os vários modos por que a experiência dos homens, histórica, social, moral e religiosa, tem sido representada em forma literária nas várias fases da cultura ocidental. [...] Auerbach é um historiador da cultura e chega a conclusões de grande alcance e generalidade, mas estas considerações são sempre apoiadas com segurança em uma base linguística.

Em *Mimesis*, Auerbach (2002) analisa importante *corpus* da literatura mundial e faz uma profunda leitura das representações sociais através da composição das obras. Por sua lente passam a *Ilíada*, a Bíblia, os cavaleiros arturianos, Roland (cavaleiro de Carlos Magno), Dom Quixote, Pantagruel, entre tantos outros. Auerbach realmente mergulha na literatura e traz à tona as significações e as representações mais profundas do imaginário que constrói a realidade da época. Em alguns momentos, o que o autor descobre parece até aplicável aos textos contemporâneos, inclusive o jornalístico e o científico – como construção textual e discurso ideológico. Pois, num nível mais profundo, também esses gêneros constroem a realidade e criam representações sociais às vezes bastante verossímeis, mas às vezes muito pouco próximas da realidade factual e mais sensível.

No discurso jornalístico, por exemplo, embora possa haver alguma introdução em uma matéria, a título de contextualização, na verdade tais textos demonstram pouca memória, pois dificilmente fazem uma boa historicização do tema, principalmente no jornalismo diário. Este parte do pressuposto de que o leitor é assíduo e não precisa de detalhes “históricos”, pois o jornal prima pela notícia mais recente. Ou, como afirma Auerbach (*idem*), “só é acabado formalmente aquilo que nas manifestações interessa à

meta da ação; o restante fica na escuridão [...]. O todo, dirigido com máxima e ininterrupta tensão para um destino e, por isso mesmo, muito mais unitário, permanece enigmático e carregado de segundos planos”.

No caso do jornalismo científico, o endeusamento da ciência e da tecnologia não deixa espaço para questionamentos mais profundos e éticos sobre o uso e consequências das novas tecnologias. Só que os segundos planos, onde decantam tais questionamentos, não são alcançados pelo leitor comum.

Lopes (2004, p. 94) também alerta para um “presentismo” da era do culto às mídias, uma ideologia que prega apenas a informação imediata, sem passado, que apenas surge nas telas das TVs ou dos computadores: “Segundo essa nova religião – o culto às mídias –, todos os conhecimentos serão substituídos pela cultura digital ou midiaticizada pelas máquinas eletrônicas”. Igualmente, a análise de textos de divulgação científica feita por Nunes in Guimarães (2003, p. 59) demonstra que nos títulos das matérias predomina o tempo presente, isto é, “a presentificação dos fatos de divulgação”, contra um menor uso do passado e algumas situações de futuro como “previsão” (ou, como dizemos neste estudo, “profetismo”).

O presentismo é ainda denunciado por Caldas in Guimarães (2003, p. 74), que cita Condry para dizer que a televisão “vive no presente, não respeita o passado e revela pouco interesse pelo futuro”, constituindo assim uma “influência desastrosa” na educação infantil.

Para Maingueneau (2001, p. 142), a opção pelo discurso direto – comum na Bíblia e no jornalismo – está relacionada às estratégias do texto. Pretende-se, com seu uso, mostrar objetividade e seriedade; criar autenticidade, indicando que as palavras do discurso citado são as realmente proferidas; e distanciar-se, ou porque o enunciador citante não quer aderir ao dito ou não quer misturá-lo ao seu próprio discurso. O discurso direto, para Maingueneau (2001, p. 150), são preferidos pela imprensa popular, porque:

Para um público leitor popular, o jornalista privilegia a nar-

ração, uma relação mais imediata com o vivido, as palavras mesmas das pessoas, como se o leitor estivesse presente na situação; para um leitor instruído, o jornalista prepara um produto que fale à inteligência desse público e atrás do qual ele se apaga. Disso deriva a maior frequência do discurso indireto e das formas híbridas.

Ao ceder voz ao locutor, o texto jornalístico apenas utiliza um mecanismo a mais de sagrada veridicção e verossimilhança. Tudo funciona para a criação de um determinado *ethos* da mensagem transmitida. Um *ethos* que, como bem recorda Maingueneau (2001, p. 98), é válido para qualquer discurso, não só para aqueles da retórica antiga.

Enfim, na perspectiva de vários autores, assim como na nossa, os estilos textuais foram atravessando os séculos e até sofreram mudanças, mas guardam – como tudo o mais na cultura humana (e portanto na linguagem) – no mínimo em estado germinal e latente, todos os estilos anteriores. Os autores são atentos a estas contribuições cumulativas, da mesma forma como defendem que características como a sacralidade se perpetuaram nos diferentes textos, alcançando os jornalísticos. E assim se construiu, histórica e linguisticamente, um discurso religioso dentro do discurso jornalístico.

REFERÊNCIAS

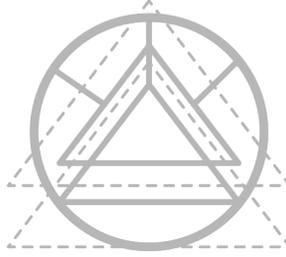
- ARISTÓTELES. **Retórica das paixões**. São Paulo: Martin Claret, 2003.
- AUERBACH, Erich. **Mimesis** – a representação da realidade na literatura ocidental. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- AZEREDO, José Carlos de (org.). **Letras & Comunicação**: uma parceria no ensino de língua portuguesa. Petrópolis: Vozes, 2001.
- BACCEGA, Maria Aparecida. **Palavra e discurso**: história e literatura. São Paulo: Ática, 2000.
- BRETON, Phillipe. **A argumentação na comunicação**. Bauru: EDUSC, 2003.

- CASTRO, Gustavo de e GALENO, Alex (orgs.). **Jornalismo e literatura: a sedução da palavra**. São Paulo: Escrituras, 2002.
- CAVALLO, Guglielmo e CHARTIER, Roger. **História da leitura no mundo ocidental 1**. São Paulo: Ática, 2002.
- CITELLI, Adilson. **Linguagem e persuasão**. São Paulo: Ática, 2002.
- _____. **O texto argumentativo**. São Paulo: Scipione, 2002a.
- CONTRERA, Malena Segura. **O mito na mídia**: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação. São Paulo: Annablume, 1996.
- DELAS, Daniel e FILLIOLET, Jacques. **Linguística e poética**. São Paulo: Cultrix/USP, 1975.
- FIORIN, José Luiz. **As astúcias da enunciação**: as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 2002.
- _____. **Linguagem e ideologia**. São Paulo: Ática, 2003.
- FRYE, Northrop. **O código dos códigos**: A Bíblia e a literatura. São Paulo: Boitempo, 2004.
- GOMES, Mayra Rodrigues. **Poder no jornalismo**: discorrer, disciplinar, controlar. São Paulo: Hacker Editores/Edusp, 2003.
- GUERREIRO, Mario A. L. **O dizível e o indizível**: filosofia da linguagem. Campinas: papiros, 1989.
- GUIMARÃES, Eduardo (org.). **Produção e circulação do conhecimento**. Volume II (Política, Ciência, Divulgação). Campinas: pontes, 2003.
- GUIMARÃES, Elisa. **A articulação do texto**. São Paulo: Ática, 2003a.
- GUIRAUD, Pierre. **A estilística**. São Paulo: Mestre Jou, 1970.
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.
- HOUTART, François. **Mercado e religião**. São Paulo: Cortez, 2003.
- JUNG, Carl Gustav. **Psicologia e religião**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- LOPES, Edward. **Discurso, texto e significação**: uma teoria do interpretante. São Paulo: Cultrix, 1978.
- LOPES, Luís Carlos. **O culto às mídias**: interpretação, cultura e contratos. São Carlos: EdUFSCar, 2004.
- MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

- MAINGUENEAU, Dominique. **Análise dos textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.
- MARTINS, Nilce Sant'Anna. **Introdução à estilística**: a expressividade na língua portuguesa. São Paulo: USP, 1989.
- MORA, Ana Maria Sánchez. **A divulgação da ciência como literatura**. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003.
- ROSSI, Luiz Alexandre Solano. **Messianismo e modernidade**: repensando o messianismo a partir das vítimas. São Paulo: Paulus, 2002.
- SCHWARTZ, Tony. **Mídia: o segundo Deus**. São Paulo: Summus, 1985.
- SERVA, Leão Pinto. **Babel: a mídia antes do dilúvio e nos últimos tempos**. São Paulo: Mandarim, 1997.
- SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira. **A ciência na televisão: mito, ritual e espetáculo**. São Paulo: Annablume, 1999.
- SODRÉ, Muniz. **Televisão e psicanálise**. São Paulo: Ática, 2000.
- VALLE, Edenio. **Psicologia e experiência religiosa**. São Paulo: Loyola, 1998.



4



O DON JUAN DE VITALIANO BRANCATI: DON GIOVANNI IN SICÍLIA, O MITO DE DON JUAN, ARQUÉTIPO, MITO, TRANSFORMAÇÃO E DESMISTIFICAÇÃO ¹

CRISTINA MARTÍN-POSADILLO CORIASSO ²

Giovanni Macchia em *Vida, aventuras e morte de Don Juan* (1966), reconstrói o itinerário que o mito de Don Juan, a partir de sua manifestação literária nuclear, denominada *O Malandro de Sevilha* de Tirso de Molina, percorre ao longo de quase quatro séculos de variadas evoluções. Como exemplo desse processo que ainda está em desenvolvimento, Macchia menciona, entre outras obras, Brancati³, que dá a figura de Don Juan esse ar

¹ Título original: *El Don Juan de Vitaliano Brancati: Don Giovanni in Sicilia - el mito de Don Juan, arquetipo, mito, transformación y desmitificación*. Tradutoras: Fernanda Priscila Carraro e Telciane Josielen Machado.

² Licenciada em Filosofia, Mestre em tradução de Italiano e “Prêmio Extraordinário de Doutorado” da Universidade Complutense de Madrid por sua tese sobre *Leopardi e a ideia de natureza* (2012), membro do Grupo de Investigação ACIS de Mitocrítica e do Projeto de investigação Antropologia Mítica Contemporânea da Universidade Complutense de Madri.

³ “Don Juan: familiarmente se diz de um mulherengo, sortudo e sem preconceitos. “É definido desta forma nos dicionários. Mas, hoje se tem a tendência de dar a esta expressão um sentido quase caricaturesco de representação pictórica, opereta, de show de variedades; e o personagem ao qual se faz alusão pode se tornar um argumento ilustrativo, de um quadro de Boldoni, de um romance de Brancati” (MACCHIA, 1997, 25). E-mail: cristina.coriasco@gmail.com

“quase caricaturesco” tão longe de suas origens barrocas, e que do mito de Don Juan põe em destaque, em chave paródica, o que hoje chamamos de “donjuanesco”.

Além do fato de que a figura do sedutor, arrependido ou não, pode ter antecedido ao *Malandro*, e neste sentido falou-se de *Ars Amandi* de Ovídio, “verdadeira pedagogia donjuanesca” (MARRAÑÓN, 2009, p. 67), é importante ressaltar que, como afirma Kierkegaard (*apud* MACCHIA, 1997, p. 27), o mito de Don Juan “pertence ao Cristianismo, e por meio do Cristianismo, à Idade Média”. Na realidade, o *Malandro* reúne, pela primeira vez, vários elementos heterogêneos, mas até então separados. Por um lado, a história lendária do convidado de pedra, que há séculos atrás como uma forma arquetípica recorrente, se repetia em diferentes partes da Europa com o motivo do morto que regressa, aceitando o profanador convite do protagonista, e que encontrava no teatro de marionetes, baladas italianas e outras manifestações de origem italiana (CURI, 2009, p. 310). Desta estrutura arquetípica, ligada ao cristianismo, Macchia dá um exemplo ao introduzir em seu livro, a lenda do conde Leôncio Earl, representada em Ingolstadt no ano de 1615 pelos jesuítas, 15 anos antes da primeira apresentação do *Malandro* em Nápoles e 10 anos antes da publicação na Espanha. Entre as versões oferecidas a ele, Macchia escolhe a versão latina, do teólogo Paul Zehentner, como um possível precursor de *O Malandro*. Mas, esta versão não faz nada além, do que exemplificar uma das manifestações deste vasto ciclo de lendas difundidas em praticamente todos os países da Europa, desde os países escandinavos até Portugal que, a partir do final do século XVI, contava repetidamente a história de um indivíduo que, encontrando os restos de um cadáver em um cemitério, convida a este, em tom de brincadeira, para jantar. Esta profanação recebe depois seu justo castigo, quando o morto aceita o convite, mostrando ao ímpio, a existência do sobrenatural. Daí o motivo arquetípico, num sentido atemporal, é o tabu da morte, e em particular, o do medo e respeito aos mortos, que se manifesta na necessidade de ritos fúnebres, e que tem, além

da *forma mentis* cristã, raízes antropológicas muito profundas (que, por exemplo, Freud estudou em seu clássico livro “Totem e Tabu”). Um estrato mais superficial, porém essencial, refere-se à *forma mentis* cristã, que está presente nestas lendas, e que é especialmente importante em meio às disputas teológicas da Contrarreforma. A profanação da caveira, símbolo de Cristo durante os primeiros séculos do cristianismo⁴; por Earl Leôncio e, em seguida, a brincadeira feita por Don Juan à estátua do Comendador representam desprezo pela morte no sentido cristão, que concebe, justamente, a morte e a ressurreição de Cristo, o triunfo sobre a morte de toda a humanidade. É o retorno de Cristo da morte e sua ascensão aos céus, a razão pela qual o cristão passa a conceber sua morte como *dies natalis*.⁵

Don Juan, ao ouvir falar do dia da sua morte, da punição que o espera, invariavelmente, exclama: “tenho tempo de sobra?”⁶, definitivamente não acredita que deva satisfações a ninguém, nem mereça receber prêmios ou castigo algum. Na lenda de Leôncio

4 “[...] *l’oltraggio arrecato al simulacro del defunto (sia esso un teschio, simbolo del Cristo nei primi secoli dell’era volgare, ovvero una statua o altra effigie), non rappresenta affatto il segno di una generica attitudine al sacrilegio, o meno ancora la testimonianza della protervia o dell’insensibilità del protagonista, quanto piuttosto un gesto che assume un preciso significato, tecnicamente definito, come specifica contestazione di quella religione, nella quale la morte è assunta come passaggio che conduce dalla vita apparente del peccato alla vera vita illuminata dalla Grazia*” (CURI, 2009, p. 316-317).

5 A interpretação do motivo do morto que regressa, como inversão paradoxal da ressurreição de Cristo, é do clássico estudo de Otto Rank sobre o tema de Don Juan. Assim o resume Curi: “*Rispetto al modello ermeneutico, di ispirazione freudiana, utilizzato da Otto Rank, la figura di Cristo si configura con caratteri paradossali, che confermano –rovesciandolo– lo schema del morto che ritorna. Da un lato infatti anche il Nazareno, non ostante la sepultura in un sepolcro ben custodito, ritorna dopo la morte; salvo che lo scopo che egli persegue non è la vendetta, mediante la punizione dei suoi assassini, ma il riscatto dell’intera umanità, e quidi anche di coloro che lo avevano crocefisso. In entrambi i casi, tuttavia, il morto è concepito come figura ancora appartenente alla comunità dei viventi, e anzi in grado di esercitare la figura del “giustiziere” (qualunque sia, poi, il criterio con cui tale giustizia viene realizzata) nei confronti di coloro che della sua morte sono responsabili*” (CURI, 2009, p. 313).

6 Don Juan exclama por várias vezes: “*¿Tan largo me lo fiáis?*” (Tenho tempo de sobra?). Uma respondendo a Catalinón (TIRSO, 1987, p. 178), outra respondendo a Tisbea (TIRSO, 1987, p. 179), ao seu pai, (TIRSO, 1987, p. 196), uma quarta novamente a Catalinón (TIRSO, 1987, p. 214), e em todas elas Don Juan responde desta forma à advertência a respeito do dia de sua morte. Finalmente o verso reaparece para o fim do coro de servos: (TIRSO, 1987, p. 228), (TIRSO, 1987, p. 240). A última aparição do verso ocorre em forma de romance, no mencionado coro de servos como moral final: “Enquanto no mundo viva / não é justo que diga a ninguém / Tenho tempo de sobra! / Serei cobrado por isso em breve.”

que tinha propósitos didáticos, um conde treinado e corrompido por ninguém menos que Macchiavelli, tinha uma visão de mundo que o levava a negar a providência divina, livrando-se de todos os laços com Deus e com o homem, de toda a religião, no sentido etimológico. Don Juan absorve este aspecto, que é essencial para o mito e o transforma em uma “incarnazione concreta di una concezione radicalmente immanentista, nella quale la morte si pone come limite invalicabile, anzichè come mero transito salifico” (CURI, 2009, p. 317). Neste sentido, Pierre Brunel diz que o encontro com o convidado de pedra é um fragmento obrigatório que constitui o núcleo do mito. A trajetória de Don Juan é comprometida pelo “peso da pedra”, pela descida ao inferno, pelo encontro com o sobrenatural, seja na forma de simulacro ou estátua, ou ainda adotando outras formas. De acordo com Brunel este elemento não desaparece nas versões modernas, restando ao mito o que lhe é constitutivamente próprio⁷.

Por outro lado, o outro elemento essencial para a formação do mito de Don Juan, que tem a sua origem literária em *O Malandro*, consiste, como indicado pelo nome da peça, na caracterização da figura deste protagonista infernal por parte de Tirso como “*sedutor*” de mulheres. Da junção, como diz Marañón (2009, p. 295) destes elementos aparentemente heterogêneos, por um lado a lenda do jovem libertino profanador de tumbas, e por outro, do sedutor de mulheres, surge o mito. Mas talvez, como ultimamente opinou Curi, trata-se da especificação no plano erótico de um núcleo arquetípico, que temos tentado ilustrar brevemente, e que consiste no desafio donjuanesco da imanência à transcendência por ele negada. É o assassinato do comendador a sangue frio, é o duplo convite ao banquete, o que desencadeia o *quid pro quo* divino que leva Don Juan ao Inferno; as provocações são, no que tange ao seu modo de lidar com as mulheres e com os homens, aos que também engana, o terreno fértil no qual ele expressa sua “*superbia vitae*” (LOSADA, 1993, p. 11), que afeta toda a sua visão de mundo. Como Macchia assinala “[...] é preciso tempo para que

⁷ *L'incontro con il convitato di pietra è un frammento obbligato, che costituisce il nucleo del mito, el vuelo de Don Juan está comprometido por el “peso della pietra”* (BRUNNEL, 2004, p. 195).

um ateu encontre no erotismo o supremo deleite de seu ateísmo.” e “[...] o ateísmo é apenas o caminho ou o pressuposto do don-juanismo [...]” (MACCHIA, 1997, p. 12-13). É como se o culto obsessivo da morte, a onipresença barroca de nenhum lugar do mundo, da *vanitas*, encontrasse no mito de Don Juan uma válvula de escape, uma inversão quase perfeita. Esta é a ideia de Gregorio Marañón (2008, p. 307), que vê na vitalidade de Don Juan uma compensação frente ao excessivo rigor religioso da época. As “gozações” de Don Juan na obra de Tirso visam mais ao prazer de arrebatá-la honra de homens e mulheres, do que cumprir com prazer o ato amoroso. Don Juan se especializou na gozação amorosa, mas a “gozação” de qualquer significado que subjaz seu comportamento a respeito do amor. Como Macchia indica, trata-se da rejeição do petrarquismo e seu culto à morte, em favor de um tipo de maquiavelismo do amor, que submete tudo a um critério de utilidade e prazer, incluindo mulheres. Don Juan subverte o pensamento medieval que submetia à transcendência, apostando tudo pela imanência. É por isso que este mito literário tem proliferado na modernidade, encontrando nela um terreno tão propício.

A figura de Don Juan passou por uma série de transformações, destacando em cada época um de seus múltiplos rostos. Sendo a multiplicação um de seus atributos, além do mascaramento, a ambiguidade e a mobilidade incessante, como enfatiza Brunel (2004, p. 194-201), não é de se estranhar que com o passar do tempo alguns significados sejam detonados, e a nosso ver, vão afastando-o cada vez mais de sua origem arquetípica, num processo de desmistificação, até torná-lo, em muitos casos, um personagem desprovido da carga trágica que continha em suas origens, mas ao invés disso, enchendo-o de vergonhosas limitações, como é o caso de Giovanni Percolla de nossa novela.

Nesta evolução um momento essencial constitui o salto de Don Juan aos teatros da *Commedia dell'arte*, aos chamados *improvvisa*. A *Commedia dell'arte* italiana com seus *canovacci*, leva o personagem de Tirso e acentua o seu aspecto cômico e lúdico. Os *scenari* os quais Macchia exemplifica, eram *copioni* que descre-

viam mais ou menos o desenvolvimento da ação e as cenas e, sobretudo os momentos cruciais, os *lazzi*, de cada máscara. Ocorre um processo de filtragem da trama, que para o público ávido pelas piruetas de Arlequim, porém resistentes a qualquer complicação literária, deve ser reduzida ao essencial. Não é difícil imaginar, como acontecia nas representações jesuítas, o prazer do público e a admiração frente a esse aristocrata ateu que é Don Juan, que goza de bens mundanos como um animal, sem se importar com nada e ninguém, e, em seguida, ser tragado pelas chamas do inferno, ou transformado em cinzas por um raio divino. Por um lado o desabafo da fantasia na visão do pecado, e por outro, consolo de ver ao pecador castigado. Estas obras chegam à França e Molière as testemunha, como haviam testemunhado Dorimon e Villiers, inspirando-se para o seu *Dom Juan ou le festin de pierre*. É especialmente importante no desenvolvimento de Don Juan, o *canovaccio* intitulado *O ateu fulminado*, onde a crueldade de Don Juan se acentua com relação à obra de Tirso, assim como, seu ateísmo fica ainda mais explícito. Dando um passo adiante, como teorizado por Macchia, é possível que deste Conde Aurélio, sejam tirados alguns elementos de Molière, como a importante cena do mendigo eremita, depois censurada. Como nos *canovacci*, o *farsesco* e o trágico se mesclam de uma forma característica em Molière, por exemplo, na exclamação final da Sganarelle, ao mesmo tempo em que levam seu mestre para o inferno: “Mes gages, mes gages!”. Molière, que tinha acabado de ver seu *Tartufo* sendo proibido, serve-se agora de Don Juan para mostrar, além do dissoluto e pecador, ao hipócrita, que atinge um nível de cinismo totalmente novo, e ao libertino, cujo senso de escolha moral é muito mais claro.

Sganarelle não se limita a avisar seu mestre como Catalinón, mas discute filosoficamente com ele, e o apresenta ao público no início da obra, assim como o famoso Arlecchino Dominique fazia, como um “porco de Epicuro”, “que não acredita, nem no céu, no inferno ou lobisomens” (MOLIÈRE, 1981, p. 79). Esta última frase nos dá uma ideia da ambiguidade de Molière, que com seu Don Juan denuncia a hipocrisia e falsidade, não de seu protago-

nista, mas de toda a sociedade. A censura faz com que o Don Juan de Molière não visse a luz em sua forma original, mas sim, um século mais tarde, e felizmente, essa mesma censura serve para enfatizar ou destacar o que esta nos indica. A passagem do mendigo, com um Don Juan que convida o miserável a blasfemar em troca de uma moeda, já que orar em favor de seus benfeitores não parece ter dado um bom resultado, e o ato de Don Juan, frente sua negativa, de dar-lhe uma moeda, diz ele, “para o bem da humanidade”, parece uma subversão do episódio de Judas e as trinta moedas. Com Molière, portanto, Don Juan desenvolve o seu aspecto maquiavélico. Transforma o tema amoroso donjuanesco, de uma “brincadeira” alegre, a uma estratégia de guerra, adotando uma linguagem polêmica que transformará as mulheres em lugares que assediar, atacar e subjugar. O prazer do amor é o prazer da guerra e a conquista uma vez realizada perde todo o interesse. O século XVIII, portanto, leva a um Don Juan que se contamina com a libertinagem, se intelectualiza e perde a espontaneidade valente que tinha em Tirso. Por exemplo, torna-se mulher pela primeira vez, pulando para o gênero da novela, que se faz presente em *Les Liaisons dangereuses* de Laclos. O retrato da aptidão psicológica e existencial que objetiva e coisifica a amada, encontrará a sua mais completa e complexa teorização, já no século XIX, no *Diário de um Sedutor* de Kierkegaard⁸, que o considera como um estado da alma, puramente estético, prévio ao ético. Quando o protagonista vê Cornélia se render ao seu amor, esta deixa imediatamente de interessar-lhe: a conquista é realizada, a amada é rendida, já não há nenhum interesse, é necessário buscar novas conquistas. Mas, entre a reflexão de Kierkegaard e a transformação de Don Juan em um sádico, há ainda outra face de Don Juan que fica em destaque pelas realizações criativas do século XIX. Talvez, para nós espanhóis, Don Juan seja por excelência o de Zorrilla, de 1844, que vimos sendo representado no dia de Todos os Santos, ano após ano. Um Don Juan que abdica de seu donjuanismo e, que no último momento se salva, dantescamente, pela Graça de sua

⁸ *Aut-Aut*, o qual contém a reflexão a respeito de *Don Juan* e o referido diário, são escritos entre 1843 e 1845.

Senhora Inês. Também o de Tirso, lembremo-nos, se arrependia, pedindo à “visão, sonho ou fantasma” (1987, p. 229), um confessor, mas quando o “tempo confiado”, e ali estava o nó doutrinal da peça, já havia acabado. Ao realizar uma generalização que não tem que ser verdadeira para todas as suas obras, o romantismo salva a Don Juan do sadismo em que havia caído, e quer acreditar que é a inconsistência do mundo, a impossibilidade de encontrar a verdadeira amada, é o que leva a Don Juan de uma mulher para outra, sem nunca encontrar o ideal sonhado. O epílogo italiano deste Don Juan que persegue tudo por amor, é o *d’annunziano* Andrea Sperelli, de *Il piacere*, mas eu diria que aqui definitivamente perdemos nosso argumento originário de vista. Macchia nos lembra de que Don Juan, tal como Kierkegaard o denominava, é o demoníaco sensual, enquanto que o espírito demoníaco, é melhor representado por Fausto. A obra definitiva a respeito de Don Juan, independentemente do que mais tarde ela mesma irá proporcionar, é o *Don Giovanni* de Mozart:

Esta obra-prima do século XVIII abriu os mais belos caminhos para o Romantismo, como, então não aproveitá-los? Para um filósofo como Kierkegaard, o Don Giovanni de Mozart expressava a mesma ideia da música; porque “a música é o demoníaco” e Don Giovanni é o símbolo do demoníaco sensual, assim como Fausto é o símbolo do demoníaco espiritual (MACCHIA, 1991, p. 53).

Esta essência material do prazer encontra na música, na obra de Mozart, sua própria órbita. Conforme destacado por Macchia, Mozart, baseado no libreto de Da Ponte, devolve a Don Juan em seu *dramma giocoso*, sua dignidade trágica, salvando-o da ópera cômica, e nos apresenta um Don Juan que como o de Molière, não se arrepende. Sua música proporciona interpretações românticas que a partir de Hoffman, e com o novo protagonismo de Dona Ana, vai adiante. O próximo passo consiste, portanto, em resgatar a Don Juan. A lenda de Don Miguel de Mañara, figura histórica, misturado a Don Juan, nas obras de Dumas pai e Me-

rimeé, dão lugar a um Don Juan que se salva, romanticamente, pela força redentora do amor. Este é um resultado que desvirtua o mito, pois, separa Don Juan de seu arquétipo, o que exige um anti-herói transgressor que aposta na imanência, e um castigo por essa transgressão. Transformando Don Juan em um perseguidor de tudo, aproxima-se perigosamente da figura de Fausto, e é isso, por exemplo, que o faz Lenau. Mas, essa desvirtuação está apenas começando, pois, ainda falta dar o passo definitivo nessa evolução: a transformação de Don Juan em “o donjuan”, do ponto de vista do “donjuanismo” e sua desmistificação. Este é um resultado no qual estamos particularmente interessados, porque a ele acrescenta-se nossa novela, o objeto do nosso estudo. Don Juan poderá morrer, ou seja, deixar de ser Don Juan, pelo menos de três maneiras: como o próprio Mañara, por meio do arrependimento e conversão à vida religiosa, ou apaixonando-se e casando-se com sinceridade, ou se transformando em um inofensivo velho crítico que beira o ridículo. Vemos os dois últimos métodos mencionados juntos em “Gigi”, musical de Vincent Minnelli no qual Maurice Chevalier, representa Don Juan envelhecido e inofensivo do século XIX, e Louis Jordan ao Don Juan do século XX, que está entediado de ser um mulherengo, se apaixona e se casa. O caso particular de Giovanni Percolla constitui uma inversão em relação a este esquema, porque, paradoxalmente, o casamento transforma seu inocente *gallismo* de solteiro, em um donjuanismo forçado e do qual não extrai prazer algum.

A DESMISTIFICAÇÃO DO DON JUAN: DE DON JUAN AO DONJUANISMO

Se é verdade o que diz Curi em seu estudo, ou seja, que

l'archetipo della figura di Don Giovanni non si caratterizza dunque, per una generica immoralità di costumi, ne per un impulso coattivo alla soddisfazione del desiderio sessuale, ma per la negazione della trascendenza e per il rifiuto a riconoscere qualsiasi manifestazione soprannaturale (CURI, 2009, p. 312)

No “donjuan” de hoje, o velho aventureiro do musical de Minelli, o fundador arquetípico do mito de Don Juan, foi esvaziado de seu arquétipo e transformado em ícone do sedutor.

No início do século XX, o mito de Don Juan assume uma importância incomum na Espanha, até ao ponto que Ortega diz que é “o problema mais profundo, mais obscuro, mais acentuado de nosso tempo,” (1969, p. 31); mas agora não é estritamente da negação da importância da conversa, mas do amor e de como o homem pode amar as mulheres. Ainda que transcendência e imanência continuem importando, é a atitude de donjuanismo o que é analisado. Entre os desmisticadores do “donjuan” (que contam com Azorín, Perez de Ayala, Valle-Inclán⁹), destaca-se o médico Gregorio Marañón, pela originalidade de sua perspectiva bio-psicológica. Desde 1824, em um artigo para a *Revista de Occidente*, com base em seus estudos endócrinos, Marañón lança a hipótese de que irá continuar, ainda que com um tom diferente, em seu ensaio *Don Juan* de 1940.

Marañón identifica o donjuanismo, como tipo psicológico e biológico, na fixação em um estado intersexual do homem, que incapaz de especificar o objeto sexual, direciona seu desejo indiscriminadamente a todas as mulheres, sem distinção, “o instinto rudimentar de Don Juan se satisfaz com qualquer uma dessas mulheres: tanto com a princesa, como com a pescadora” (200, p. 338). Uma série de características típicas do comportamento de Don Juan, além dos físicos (e para isso fala da representação de Mañara por Murillo, e do quadro de Casanova), fariam de acordo com Marañón, não de sua virilidade exuberante, mas, ao contrário, de sua aproximação a características próprias do feminino: o impulso sexual de Don Juan é de curta duração, carece de cuidados pois sua posse da mulher é efêmera, passageira, uma vez realizada a “brincadeira” foge para outra cidade; a exibição da “brincadeira”, todavia é longa e escandalosa, com foco na quantidade, não na intensidade ou qualidade do amor.

Em suma, o amor dom-juanescos é para Marañón, primário,

⁹ Referimos-nos ao ensaio de Azorín, *Don Juan* de 1922, a novela *Tigre Juan* de Pérez de Ayala, e as *Sonatas* de Valle-Inclán e seu *Marqués de Bradomín*.

fanfarrão e narcisista, típico da adolescência, – momento de intersexualidade e ambiguidade endócrina –, uma fase incompleta e precária da masculinidade. O donjuan “ama as mulheres, mas é incapaz de amar a mulher” (MARAÑÓN, 2008, p. 342). A parte da gratuidade de algumas teorias de Marañón, que alegremente passa do nível biológico ao social¹⁰, suas interessantes observações a respeito de Don Juan, não fazem nada além de marcar uma tendência, desmistificadora, que deixa de ver em Don Juan o anti-herói demoníaco, para se fixar no tipo do sedutor, que também subverte seu valor mítico de exuberância amorosa, se descobre, como uma expressão da pseudo-virilidade, mascarada pela exibição fanfarrona de suas conquistas.

O EXEMPLO DE BRANCATI EM DON GIOVANNI IN SICÍLIA

Um exemplo importante de desmistificação do donjuanismo pode ser encontrado na obra de Vitaliano Brancati. Por mais pormenorizada que seja a nossa atenção recaída na novela que mais explicitamente se refere ao mito que nos ocupa, *Don Giovanni in Sicilia*, publicada em 1941, o tema do donjuanismo, e mais especificamente, o tema do *gallismo*, é central em toda sua produção como novelista, como dramaturgo e como roteirista para o cinema. Brancati tornou popular o termo *gallismo* para referir-se à ambição erótica, tão instável quanto obsessiva dos donjuans de província.

Suas três novelas principais, que recentemente foram traduzidas novamente e reeditadas (BRANCATI, 2009), giram em torno do tema erótico, um tema pelo qual podia exercer sua crítica à

10 Lembremo-nos apenas desta frase, que se ouvida hoje é chocante por seu notável “determinismo biológico”: “Em várias ocasiões, expusemos e discutimos a nossa convicção de que a atuação social do homem, a partir de suas formas primitivas, da luta pela vida no homem pré-histórico, até as formas mais elevadas, a elucubração mental ou a criação artística no mundo civilizado de agora, é na verdade uma *forma secundária* de atividade sexual, entendendo por *atividade sexual primária*, o cumprimento do ato criador, comum para ambos os sexos, e das funções da maternidade, próprias das mulheres. No entanto, como Weininger, Moebius, Metchnikoff e outros observaram, na mulher o cumprimento dessa *função sexual primária* é totalmente absorvido, enquanto que as funções sexuais secundárias ocupam um lugar limitado em sua existência. Em outras palavras: a mulher – a mulher comum, não a mulher excepcional – é feita para o amor e para a maternidade, mas não pode intervir – se não por acidente – nas lutas sociais, ou mudar o curso das coisas com as criações de seu cérebro” (MARAÑÓN, 2008, p. 75).

mentalidade do *gallismo*, e através desta a mescla de conformismo e exaltação do falso mito do masculino que propiciava sua época. A manifestação mais perfeita deste intercâmbio metafórico entre *gallismo* e fascismo é a obra de teatro “Don Giovanni involontario”, de 1943, no qual um jovem é empurrado por seu pai a “farsi onore con le donne”, uma obra suspensa pelas esquadras fascistas em plena representação no teatro das artes de Roma. Mas, Brancati faz todo um percurso para alcançar seu particular modo de desmistificar, entre a ironia e a piedade, este especial donjuanismo que é o *gallismo* à siciliana. Com 15 anos se inscreve no jogo, aos 21 anos Brancati é um jovem exaltado propagandista fascista: compõe suas obras inspiradas em D’Annunzio e serve-se do mito que vive sinceramente como um instrumento ideológico. Por exemplo, o “mito em um ato” intitulado *Everest*, representado em 1931, o mesmo ano em que o Duce lhe concede audiência, representa uma sociedade de homens puros e vigorosos que guiados por Mussolini, um homem como eles e de igual modo portador de uma força misteriosa, alcançarão a mais alta veia situada em um futuro utópico. Esta etapa está marcada pelos anos em Roma. A cidade imperial havia representado para ele a possibilidade de uma carreira triunfal, de não haver produzido seu paulatino distanciamento do fascismo. Sicília, a que regressa, para se dedicar ao ensino e a escrita, manejando agora o humor como a arma de que dispõe a inteligência contra a insensatez do totalitarismo, representa para ele a verdadeira matéria mítica de sua poesia. O ano de 1934 considera-se o momento crucial de sua ruptura com o fascismo, quando a censura retira sua novela *Singolare avventura di viaggio* como imoral, porém é *Gli anni perduti*, a novela com a qual começa a verdadeira trajetória. O mesmo ano em que nossa novela é publicada, 1941, vem à tona uma antologia de textos leopardianos que Brancati reúne para Bompiani sob o título *Lingua, letteratura e società in Italia*, em cujo prefácio pode-se ler sua mordaz crítica contra o culto da pátria na Itália de então. Brancati disse que estabelecida a profissão de amor à pátria, que esconde muita estupidez e muita avareza, o dever divide-se entre os que

estão encarregados de “amá-la, de amá-la em voz alta, amá-la na rádio, nos jornais, nos alto-falantes; e os que no entanto se encarregam de descobrir quem a ama ligeiramente, aguçando os olhos como os gatos e movendo as orelhas como os cachorros; e outros definitivamente encarregados de perseguir a quem não a ama” (LEOPARDI, 1942, p. 8). Vítima de todos estes modos de amar à pátria será “Il vecchio con gli stivali”, o conto levado à tela em “Gli anni difficili” por Zampa, que representa a tácita dissidência de vinte anos de um empregado municipal. Que o abandono do mito do super-homem *d’annunziano* tem um sentido leopardiano pode ser entendido nas palavras do prefácio, que passaram inadvertidas pela censura: “Il Leopardi non si sarebbe mai sognato di richiamare in tempi moderni, i “pregiudizi” degli antichi, conoscendo come il vecchio, che voglia rinfrescare la propria aria con l’aria e i modi del bambino, aggravati la sua senilità” “Leopardi não haveria pretendido nunca voltar a trazer nos tempos modernos, os “preconceitos” dos antigos, sabendo como sabia o velho, que quer refrescar seu próprio ar com o ar e os modos de menino, só agrava sua senilidade” (LEOPARDI, 1942, p. 11). Ambos referem-se ao terreno coletivo e político da modernidade, um terreno ao qual as ilusões e mitos antigos não podem ser extrapolados¹¹. Isso é o que fez a Itália fascista, tratar de rejuvenescer os mitos dos antigos no homem-massa, propiciar sua participação mística através da identificação com o Duce, com fins utilitaristas e opressivos, agravando com isso sua senilidade. Há, correlativamente a este repúdio dos mitos do regime, uma recusa a D’Annunzio em um plano poético, e não só ideológico, que junta particularmente bem o conto “Singolare viaggio di Francesco Maria”, onde retrata seu povo Paschino, e seu amor adolescente a *Le laudi*. O protagonista que imita ao poeta deixando a barba crescer e rezando para ficar calvo o quanto antes, ensaia a exploração poética das correspondências em sua busca da *Bellezza*¹², com maiúsculas. Este é o

11 Outra questão diferente é a da poesia, capaz de elaborar mitos pessoais no terreno simbólico.

12 “Oh non finiva piú di pensare lla donna! Si prese la testa con le due mani e, chinandosi su quest’argomento come sul piú grave e antico dei libri, meditò a lungo. Il corpo della donna. Eccolo. Cominciavano le immagini. La bocca era come questo, come quello, come quell’altro. Il

terreno que, antes que o fascismo comece a decair, Brancati pode percorrer, o da descrição do clima cultural, e sobretudo amoroso, na Itália, e é importante, ainda que o vínculo fascismo-sexualidade existe sem dúvida, não reduzir a exploração erótica de Brancati a uma crítica histórica-política. Se o *Bell'Antonio*, levará os pressupostos de sua crítica ao donjuanismo a suas últimas consequências, ao retratarmos um donjuan belo e impotente, acusado por um pai que o considera vergonha da família, (como pode-se ver no filme, protagonizado por Marcello Mastroianni e Claudia Cardinale), “Don Giovanni in Sicilia”, também levado ao cinema nos anos sessenta, com um tom decididamente menos trágico, nos propõe uma subversão do mito de donjuan, complexa e genial.

Giovanni Percolla, nosso donjuan, perdeu o seu pai, nada menos que Comendador, e a muito jovem mãe, sendo ainda um adolescente, por causa da febre espanhola. Suas três irmãs, que antes viviam com os avós passam a constituir seu núcleo familiar: elas cuidam dele como mães, o reverenciam por ser a figura masculina que substitui nesse curioso arranjo, ao pai. Um trabalho familiar em uma loja do tio permite a Giovanni levar uma vida tranquila, feita de saborosas e pesadas comidas, longas sonecas, água fervente para seu esmero. As três solteironas o lembram de vez em quando da necessidade de que se case, e ele responde: onde encontraria mulheres como vocês? Algo que as enche de orgulho e de inconfessada tranquilidade. O que elas não suspeitavam é que Giovanni é um “gallo”: “La testa di Giovanni era piena della parola donna (e di qual altre parole, Dio mio)” (BRANCATI, 2007, p. 6). O narrador adverte desde o princípio ao leitor a chave mítica pela qual deve se ler a história: “Narriamo brevemente la sua vita, sia pure col rischio che i lettori dicano: “ma di quale altro Giovanni ci parlate?” (BRANCATI, 2007, p. 6).

No entanto, o plano das aparências e da imaginação é um e o da realidade é outro. Depois do despertar sexual, e superada a

seno come questo, come quello, come quell'altro. I fiumi, le selve, le montagne, i laghi, gli uccelli, i frutti di mare, le piccole cose e le grandi furono richiamate alla men peggio per fornire a Francesco maria i paragoni che gli occorreano” (BRANCATI, 1974, p. 156). Esta é uma paródia da poética das correspondências.

mania onanista dos começos, Giovanni encontra a via natural de desabafo do erotismo do siciliano médio, falar com os amigos da mulher. Os engraçados nomes destes amigos, que são “cari come certe voci interne senza le quali non sapremmo vivere” (BRANCATI, 2007, p. 7), Muscará, Scannapieco, lhes conferem o ar do servidor da comédia da arte. Pelas noites os amigos frequentam os bairros suburbanos onde habitam as únicas mulheres, praticamente, aquelas que podem aspirar à beira do casamento. A primeira experiência de Giovanni se dá com uma prostituta, experiência que descreve assim: “Tutto fu rapido, insipido e confuso” (BRANCATI, 2007, p. 8). No dia seguinte fica doente, (algo muito semelhante acontece em *Amarcord*, com a famosa cena da tabacaria) e insinua-se essa relação entre o sexo e morbidez da que o protagonista é salvo por outra experiência com uma “ragazza di campagna”. Uma associação que evidentemente marcará ao Bell’Antonio, mas que aqui somente se soma à trama: “Forse la distanza fra lui e la donna si sarebbe allungata in modo irremediabile, e per sempre, se una ragazza di campagna non avesse pensato a rendergli la verità della donna non troppo indegna dell’idea che egli ne aveva” (BRANCATI, 2007, p. 8).

Catania tem seus cafetões, como Don Procopio, que levam a jovens e não, e até a altos personagens, como o próprio prefeito, a casas cheias de miséria: a miséria é inversamente proporcional à retórica amorosa do corruptor, que no caminho até a crua realidade, faz sonhar: “don Procopio fece sentir la voce, vedere il collo, i piedini, i denti durante il traggito dal centro della città alla scalaccia buia” (BRANCATI, 2007, p. 10). De fato: “L’eloquenza di don Procopio era potentissima in una città come Catania ove i discorsi sulle donne davano un maggior piacere che le donne stesse” (BRANCATI, 2007, p. 10).

A primeira fase erótica de nosso donjuan está impregnada deste gallismo no qual o erotismo no qual se vive realmente é na palavra, na imaginação e em companhia dos amigos. Uma viagem a Roma, supostamente de negócios, lhes abre a um novo mundo: vemos a grotesca imagem de Giovanni e seus amigos, vagar pela

cidade, de uma *passante* a outra, nas paradas de ônibus, nos cafés. No retorno a memória dos três amigos floresce de episódios inventados, como o daquela vez que uma mulher disse a Giovanni: “Giovanni in amore tu sei un Dio!” (BRANCATI, 2007, p. 23).

As estrangeiras, mulheres enormes, que os amigos contemplam atônitos nas cidades de marítimas constituem um filão humorístico. Aqui Brancati emprega uma grotesca paródia da sublimetória do amor e da beleza:

[...] ne bastava una per togliere il sole a cinque catanatesi li accanto; di sera, nelle terrazze degli alberghi, riempivano l'aria di oscure minacce apocalittiche. Giovanni ricordò di aver visto qualcosa di simile nella capiglia Sistina, e fu la sola volta che la pittura gli parve un'arte ammirevole. Le grosse belle donne più dei grossi uomini hanno la capacità di avvertire, con un'alzata di gamba, un volgere di ciglia, un poggiare del mento sul pugno chiuso, che l'avvenire non promette nulla di buono. Così a Giovanni, che s'era avvicinato, coi primi accordi di un valzer, a una di queste enormi, belle innamorate, fedeli tedesche, raccomandandosi alla Madonna e a Sant'Agata, la ragazza invitata rispose, non solo col non vederlo, ma annunciando dai sopracigli che la guerra scoppierebbe presto e L'Europa sarebbe distrutta dai fulmini. Da uno dei quali, come incenerito, egli torno al suo posto. “Non c'è che fare!” mormorava fra sé. “Non c'è che fare!” (BRANCATI, 2007, p. 25).

Podemos começar a vislumbrar qual é a realidade destes jovens *galli* para os quais a experiência do prazer é enorme, e a das pobres mulheres de carne e osso, e cujo “passato di Don Giovanni si poteva raccontarlo in dieci minuti” (BRANCATI, 2007, p. 26). A realidade deste donjuan consiste em escarcéus breves e intensos com mulheres fáceis, seguidas de longas conversas. O importante é o catálogo. Mas, a realidade é que nosso protagonista conta com traços que são justamente o contrário de um verdadeiro Don Juan, é passivo, apegado a seus costumes, vago; basta por todas a anedota da viúva com a qual mantém uma paquera que não dá em nada, porque ela propõe que se vejam na hora da soneca, e ele a

responde mentalmente: “Eh no, io devo dormire!” (BRANCATI, 2007, p. 26). A paródia do donjuanismo fanfarrão à siciliana de Brancati não deixa de ter seu lirismo, pois junto à desmistificação desta pseudo-virilidade, há por sua parte uma compreensão e uma identificação. Giovanni, disse Brancati cheio de ternura “[...] non sapeva come una giovane si svegli all’alba, aprendo gli occhi sorridenti sugli occhi che la guardano da vicino” (BRANCATI, 2007, p. 27). O mundo materno representado pelas três irmãs que como três parcas tecem o destino de Giovanni, é a face do *gallismo*. A boneca inflável de Muscarà, chamada a “parigina” trazida de fora para deleite dos homens de Catania, (outro motivo que reaparece em *Amarcord*), representa essa *divaricazione*, polarização da mulher em dois extremos dissociados, representados pela mãe, e pela prostituta. Mas detrás do “*gallismo*” oculta-se a necessidade de idealização da “Donna” com maiúsculas, que a ordem moral sanciona, e que Brancati descreve com humor, como quando o professor Martinelli, homem culto, humanista, alma de poeta, tocando à “chaga”, depois de dar amostras de uma notável comoção exclama que encontrou “l’Eterno Femmenino” (BRANCATI, 2007, p. 31).

Chega o dia em que Giovanni troca de estado, e se transforma de jovem galo em apaixonado. O amor, como um fato que faz cair todo o mundo de Giovanni, possui um pano de fundo *stilnovista* que secularizado Brancati descreve com sua especial mescla de ironia e ternura. A história de Catania é a história dos olhares:

Le donne ricevono gli sguardi, per lunghe ore, sulle palpebre abbassate, illuminandosi a poco a poco dell’albore sottile che forma, attorno a un viso, centinaia di occhi che vi mandano le loro scintille. Raramente li ricambiano. Ma quando levano la testa dall’attitudine reclinata, e gettano un lampo, tutta la vita di un uomo ha cambiato corso e natura. (BRANCATI, 2007, p. 38).

O processo guinizzelliano do poder transfigurador dos olhos da mulher sobre o amante, a metáfora do raio como evento envolvente e sublime, tudo isso que faz parte da lírica de amor o vive o catanatese quando uma mulher o devolve o olhar. No caso

de Giovanni, uma jovem toscana o observa, “gli tália”, em dialeto, durante um minuto, demonstrando seu interesse. A partir daí Giovanni muda, abandona a soneca, cantarola, começa a ver tudo desagradável em sua casa; finalmente se muda a uma villetta afora e até adota um mordomo. Como ocorria a Dante em *Vita Nova*, “Lo sguardo di Ninetta, una volta raggiunto il viso di lui, vi rimaneva fino all'alba del giorno dopo, evaporando in mille delizie” (BRANCATI, 2007, p. 52). Espiritualiza-se, “è preso dal sentimento dell'universale” (BRANCATI, 2007, p. 52), tenta atualizar o alto sentimento de si mesmo que o olhar de Maria Antonietta dei Marconelli lhe produz, pois já não suportava mais os velhos camaradas, e encontra entre os apaixonados de Catania, novas amizades. Um comentário merece estes lânguidos apaixonados que com um ar romântico e elegantes, seguem amando décadas à uma mulher casada, ou inalcançável, ou à uma soprano, e que vivem do sonho. Mas Giovanni, graças à iníativa de Ninetta, supera rápido esta fase na qual sente que estes são ao mesmo tempo “i miglori momenti della mia vita” e, simultaneamente, “momenti orribili” (BRANCATI, 2007, p. 64), uma fase marcada pelo medo, a timidez e a felicidade. Quando na feira que chegou a Catarina, na “Camera dello Spettro”, outra possível alusão ao mito, depois de a escolher como acompanhante, se beijam pela primeira vez, Giovanni vê passar diante de seus olhos muitas recordações infantis em livre associação; estas imagens “calde e rosse”, são como “le proprie radici disepellite e tagliate”, que como um “vecchio pino” observa longe de si (BRANCATI, 2007, p. 76). Passamos assim à terceira fase do erotismo de Giovanni, sua vida de marido. Já na viagem de lua de mel Giovanni sente dois novos sentimentos, ciúmes diante de qualquer grupo de sicilianos que coloquem seus olhos sobre Ninetta, a qual se assemelha com sua jovem mãe, e inveja, dos prazeres sensuais que outorga a imaginação, e paradoxalmente nega a realidade do amor: pensando em seus dias de “gallo” afirma que “[...] gli sembrava che della Donna ce ne fosse più in quei ricordi che nella sua felicità presente” (BRANCATI, 2007, p. 96). Ao chegar a casa, o contraste norte-sul fica descrito por uma

série de desafios que Giovanni deve superar para adaptar-se a Mián, e que realizado o processo muda inclusive seu aspecto físico. As madrugadas para ir ao trabalho, as comidas simples, a pressa, os móveis modernos como sua cama que desaparece na hora da soneca, o frio do corredor entre seu quarto e o de Ninetta. Um impasse nesta transformação constitui sua decisão de aplicar frio para superar sua meridional falta de resistência: o banho frio de manhã à princípio o deixa doente para depois dotar-lhe de um vigor que desconhecia em si mesmo: “Tutto il suo sangue, cullato da lunghi sonni pomeridiani sotto le coperte, tutta la sua pelle acarezzata dalla lana anche durante l'estate, le radici stesse della sua vita profundate nel tepore, saltarono su, alla frustata dell'acqua fredda” (BRANCATI, 2007, p. 104). Fica magro mas nele há algo assim como “il fantasma di un uomo grasso” (BRANCATI, 2007, p. 105).

Outro desafio constitui a nova vida social de Giovanni, escritores, pintores intelectuais visitam seu salão. A princípio é tímido, mas um dia contando uma anedota mostra a língua de Verga: as mulheres o admiram encontrando-o “secentesco, barocco di complessione, ma un bel barocco” (BRANCATI, 2007, p. 108) e começam a paquerar, e os homens, incapazes de ciúmes, projetam nele o clichê do homem natural, do sábio humilde “l'uomo normale”, “positivo”. Tudo é constrangedor. Logo Giovanni, pela primeira vez em sua vida cumpre realmente seu donjuanismo, com múltiplas aventuras em hotéis de segunda, ou em terrenos baldios no carro, mas a coisa só lhe produz “ripugnanza e paura” (BRANCATI, 2007, p. 111). Não supera as expectativas das senhoras que exclamam, “Che siciliano siete?” (BRANCATI, 2007, p. 112) mas, que tipo de siciliano és? Na verdade, a sutileza dessas mulheres o escandaliza, e não ele consegue degustar das aventuras que tanto havia sonhado. Uma viagem à Sicilia lhe dá a oportunidade de medir ao vivo a importância de sua transformação. Há um grande contraste entre a ironia e a distância com que Ninetta e Giovanni contemplam as pessoas de Sicilia que há no trem “Arabi, tristi, maledicenti, pigri!...” (BRANCATI, 2007, p. 125), e o sonho que pouco depois, depois de cobrir-se com a manta de lã presenteada

por uma das irmãs, tem Giocanni: sonha com o inverno quente de Catania, uma noite de natal, com o “vapore delle marmitte” e o “forno luminoso di pasticci”, e o presépio cheio de meninos Jesus dos mais diversos tamanhos. É uma epifania do *focolare*, das raízes da terra que reivindicam sensualmente seu poder sobre a alma de Giovanni. Ao chegar à casa das irmãs, Giovanni come um quente e pesado prato meridional que lhe produz: “una pienezza calda e rumorosa”, e convidado pelas irmãs encontra sua cama tal como era, as persianas baixas e tudo preparado para sua soneca. Apesar da relutância de Ninetta, argumentando que é um capricho e que somente demorará uns minutos, entra em seu antigo quarto, e em seus antigos lençóis e mantas. Dali, com uma descrição que nos indica a carga emotiva deste momento em que Giovanni sem querer se precipita na suavidade sensual de sua terra, dando-lhe uma cor mítica ao encontro, da suavidade do sonho, nosso protagonista recupera sua vitalidade de “Gallo”:

rivide alle signore lombarde: a al paragone di come le aveva viste sembrava che proprio allora fossero ricordi dilavanti e ora invece donne vere. E Che donne!... Gemette piano piano sul cuscino, lasciandovi un po' di saliva Una luce accecante si partiva dalle loro carni, fra le sottane di seta! E come aveva potuto resistere? Come no se le era mangiate a morsi quelle gambe, quelle caviglie?...Il bisogno di raccontare gli formicolo nella lingua: desiderava che muscarà e Scannapieco gli sedessero come ai bei tempi vicino al capezzale. (BRANCATI, 2007, p. 133)

Entre seus suaves lençóis Giovanni se reencontra com seu desejo, somente dali, a partir de suas raízes, pode gozar e desejar as mulheres do norte, somente do vigor do sopor sulista sua imaginação e desejo renascem como superabundância de força e sensualidade; somente esse ambiente propício pode deixá-lo apreciar seu papel de donjuan de lá. Uma situação erótica polarizada e impossível na qual o desejo mostra seu contexto imaginado e idealizado. No tempo que passará em Catania, cada marido permanecerá em sua casa: este é o peso da pedra de nosso donjuan,

que apesar de seus esforços por amadurecer, volta, por um vínculo profundo e inconsciente, ao universo materno de sua terra e de sua origem, feito por largas sonecas, comidas pesadas, e um erotismo que, fixado em uma fase da puberdade, se alegra mais na imaginação e nas palavras que na realidade.

Gazzola Stacchini, viu no universo brancatiano, além da desmistificação do “gallismo”, a capacidade de ver neste uma reação ao poder que a presença do arquétipo da mãe exerce nas culturas mediterrâneas, inclusive Sicília. Porque, aplicando uma observação geral a nossa novela:

[...] questo eroe e in genere il maschio di una società legata al mito della Grande Madre, si ferma al significato materno della donna, e perciò l'immagine che ha di essa non si sviluppa mai al di là dello stadio primitivo infantile della prostituta” (STACCHINI, 1972, p. 29)¹³.

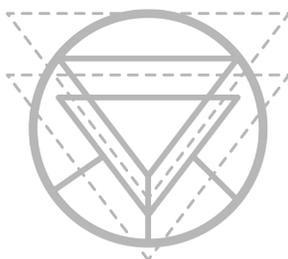
Em Giovanni Percolla, de qualquer forma, este complexo materno negativo, tem como resultado uma imaturidade que não afeta a realidade de sua nova vida; será em *Il bell'Antonio* (1949), onde a polaridade irreconciliável entre a mulher como santa, e a mulher como objeto sexual, leve ao protagonista à impotência sexual diante de qualquer mulher que realmente ame. Interessá-nos, recopilando o já dito, reconhecer em nossa novela uma desmistificação desse donjuanismo à siciliana que é o “gallismo”, mas compreendido e vivificado por Brancati como uma sorte de

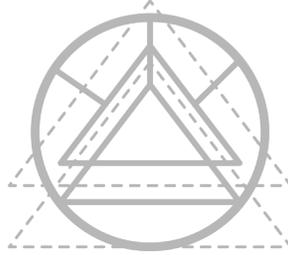
13 A perspectiva da autora é a da psicologia do profundo de Jung. Tanto donjuanismo como homossexualidade são compreendidos por Jung como possíveis efeitos de complexo materno masculino: “Exemplos típicos no filho são a homossexualidade e o donjuanismo. Às vezes também a impotência. Na homossexualidade o elemento heterossexual fica aderido inconscientemente à mãe, no donjuanismo se busca inconscientemente a mãe em cada fêmea. Os efeitos do complexo materno no filho estão representados através da ideologia do tipo Cibele-Atis: autocastração, demência e morte prematura” (JUNG, 2002, p. 81-82). Jung trata de interpretar como algo somente patológico tais complexos. Do donjuanismo diz: “O que negativamente é donjuanismo, pode significar, positivamente, audaz virilidade que não admite obstáculos, uma ambição que aspira às mais elevadas metas; uma violência frente à estupidez, a intransigência, a injustiça e a desmotivação; uma vontade de sacrifício tange o heroísmo para tudo o que se tem reconhecido como bom; tesão, inflexibilidade e perseverança; uma curiosidade a qual sequer assustam os enigmas do universo; um espírito revolucionário finalmente, que edifica aos outros homens uma nova casa ou que implanta ao mundo um novo rosto” (JUNG, 2002, p. 83).

cesura, eternamente adolescente e romântica, entre imaginação e realidade, que faz de a Donna, com maiúsculas, um mito que se idolatra, por definição, na distância. Donjuanismo é nesta novela, a busca impossível de uma sensualidade sempre projetada em outro lugar, e que esconde na verdade uma necessidade, ao menos, tão sentimental como erótica.

REFERÊNCIAS

- BRANCATI, Vitaliano. **Giacomo Leopardi. Lingua, letteratura e società in Italia.** Milano: Bompiani, 1942.
- _____. **Il vecchio con gli stivali.** Verona: Mondadori, 1974.
- _____. **Don Giovanni in Sicilia.** Milán: Mondadori, 2007.
- _____. **Tríptico Siciliano.** Barcelona: Lumen, 2009.
- BRUNEL, Pierre. **Dizionario dei miti letterari.** Milán: Bompiani, 2004.
- CURI, Umberto. **Miti d'amore. Filosofia dell'eros.** Milán: Bompiani, 2009.
- DA PONTE, Lorenzo. **Il dissoluto punito, ossia il Don Giovanni.** Barcelona: Orbis. S.A.
- Kierkegaard, Sören (1993). **Diario del seduttore.** Milán: Newton Compton, 1994.
- GASSET, José O. **Estudios sobre el amor.** Barcelona: Círculo de lectores, 1969.
- GOYA, José Manuel L. "Péché et punition dans *L'abuseur de Séville*" en **Don Juan. Tirso, Molière, Pouchkine, Lenau. Analyse et synthèses sur un mythe littéraire.** Paris: Klincksieck, 1993.
- MACCHIA, Giovanni. **Vida, aventuras y muerte de Don Juan.** Madrid: Tecnos, 1998.
- MARAÑÓN, Gregorio. **Amiel. Don Juan.** Madrid: Espasa Calpe, 2008.
- MOLIERE. **Don Juan. Tartufo.** Barcelona: Planeta, 1981.
- MOLINA, Tirso de. **El vergonzoso en palacio. El burlador de Sevilla.** Madrid: Espasa Calpe, 1987.
- RANK, Otto. **Hamlet, Don Juan y el Psicoanálisis.** Buenos Aires: Letra viva ediciones, 1997.





“SÓ A REALIDADE É CAPAZ DE CONTAR TUDO” IMAGINÁRIO MIDIÁTICO EM TRÊS DÉCADAS DE LITERATURA ARGENTINA¹

MARIANO GARCÍA²

IMAGINÁRIO MIDIÁTICO NA LITERATURA ARGENTINA

Se a narrativa de Manuel Puig já se interrogava a respeito da influência da cultura de massas e os meios de comunicação sobre a sociedade, com o objetivo de questionar os papéis que um determinado imaginário social impõe aos indivíduos, seja por meio dos modelos e condutas de gênero assumidos por seus personagens, como pela maneira em que faz romper “todos os mitos básicos: desde o mito familiar até os da sociedade” (MONEGAL *apud* CORBATTA 1984, p. 594), uma série de novelas que César Aira

¹ Título original: “*Sólo la realidad es capaz de contarlo todo*”: *Imaginario mediático en tres décadas de literatura argentina*. Tradutoras: Fernanda Priscila Carraro e Telciane Josielen Machado. ² Doutor pela Universidade Católica Argentina (2004) com tese sobre a novelística de César Aira e o ideal andrógino, cujo trabalho apareceu em 2006 com o título: *Degenerações textuais*. Tem investigado sobre mito e metamorfose em autores latino-americanos; atualmente trabalha com mito pessoal e autofiguração. Publicou numerosos artigos, duas novelas e diversas traduções. É professor adjunto de literatura argentina (UCA) e investigador adjunto do Conselho Nacional de Investigações Científicas e Técnicas (Conicet). E-mail: ardeo2@gmail.com

publica nos anos noventa continua a exploração de estruturas que organizam nossa percepção do cotidiano desde os meios de comunicação que, igualmente aos modelos de conduta e os mitos sociais em Puig, estão *dentro* dos personagens. Desta mesma maneira, dois títulos de Alejandro López como *A assassina de Lady Di* e *Quieres foder?* se incluem em algumas alternativas de alienação que podem produzir os meios. Esta linha de reflexão converge, desde a ficção, em uma novela publicada por Sergio Bizzio em 2009 com o título *Realidade*. Ali, um comando terrorista islâmico toma por assalto o estúdio de televisão, onde se desenvolve um *reality show*: Big Brother, situação que permite colocar em primeiro plano os lugares comuns que constroem um imaginário que alimenta e se alimenta do popular, e cuja profundidade é o choque entre a crença religiosa e um mundo que em sua maior parte renunciou a ela sem saber que se trata somente de uma substituição de mitologias se consideramos, com as palavras de Guy Debord (1967, p. 25), ao espetáculo como o pseudossagrado.

Neste trabalho comentaremos, pois, brevemente, algumas destas novelas para nos atermos a mais recente e analisar as distintas plasmações do meio midiático e sua relação com o imaginário e o aspecto mítico ou religioso, considerando, como Gramsci, a religião como uma utopia que tenta reconciliar de maneira imaginária, mitológica, metafísica, as contradições sociais reais (DIANTEILL e LÖWY, 2009).

A LITERATURA ANTILITERÁRIA DE MANUEL PUIG

Devido ao seu contato em 1965 com o fenômeno pop nova-iorquino, que estava “contagiando todos os ramos, o cinema, o teatro, a moda” (PUIG, 2006, p. 229), as primeiras novelas de Manuel Puig³ são as que visivelmente começaram a abordar um tema

3 Manuel Puig (1933-1990) começou estudando cinema no *Centro Sperimentale di Cinematografia* de Roma e escreveu vários roteiros antes de se dedicar à literatura, que foi sua segunda opção. Além da copiosa bibliografia crítica sobre o tema, para a relação de Puig com o cinema e a cultura geral resulta valiosa sua correspondência, publicada em dois tomos com o título *Querida família* (ENTROPÍA, 2005 y 2006).

até então pouco transitado na literatura argentina e provavelmente na América Latina: o da cultura de massa e os meios de comunicação. O principal aspecto de seus primeiros títulos (*A traição de Rita Hayworth*, 1968; *Boquinhos pintadas*, 1969) que também gravita nos três seguintes (*O affair de Buenos Aires*, 1973; *O beijo da mulher aranha*, 1976; *Púbis angelical*, 1979) é a capacidade do cinema – sobretudo o cinema de Hollywood, mas também o cinema francês e o cinema da Alemanha nazista – de moldar condutas, ao colocar em circulação um imaginário altamente codificado de arquétipos (o marido sádico, a mulher fatal, o artista torturado) que necessariamente difere de seus consumidores, mas cujo forte componente mítico, cumpre essa função que para Bergson (1932) consistia em contemplar e melhorar uma realidade que se vive como defeituosa ou incompleta.

Junto a isso se destacava na obra de Puig a presença dos meios de comunicação e seus derivados de caráter popular, como a radionovela, herdeira do antigo folhetim, e também subprodutos como a fotonovela, as revistas do coração, também obituários e notas sociais na imprensa jornalística; vale ressaltar, aspectos todos que através dos meios propunham ou impunham um modelo rígido de como deveriam ser as condutas sociais e sexuais. Junto com os assim chamados *culebrones*⁴, existia, por exemplo, o complemento dos consultórios sentimentais para “orientação da mulher”, onde *culebrón* e consultório parecem haver se retroalimentado mutuamente (CARRICABURO, 2008, p. 40).

De *A traição de Rita Hayworth* se destacou sua lógica e seu procedimento da reprodução. O que o jovem protagonista desenha, copia e decalca é “um repertório de convenções, um imaginário socialmente constituído, e o mesmo procedimento [...] rege todos os tipos de escrita que aparecem no texto” (PAULS, 1986, p. 40). Não é à toa que na base desta novela, que reflete a respeito do cinema e submete quase todos os personagens a uma influência, diria-se tirânica da sétima arte, nos encontremos com mecanismos de reprodução. Assim como a forma do antigo folhetim, se molda segundo

4 Telenovelas e/ou novelas. (Nota das tradutoras).

as características da imprensa rotativa e sua rápida capacidade de reprodução (WILLIAMS, 1965), do mesmo modo o cinema é uma das artes modernas que baseia sua popularidade na multiplicação e reprodução. Desde as suas origens houve um substrato mítico no cinema de Hollywood e em suas estrelas, precisamente porque a estrutura cinematográfica apresenta afinidades surpreendentes com a dinâmica do mito. Não é necessário e é improvável conhecer a versão original de um mito: ele se sustenta em suas variações e especificações (BLUMENBERG, 1979), assim como alguns “mitos” cinematográficos sobrevivem em suas variações e especificações modernas, desde Drácula até heróis de histórias em quadrinho. O jogo sutil entre repetição e diferença realiza um movimento destacado por Saussure na língua e por Lévi-Strauss no mito: o centro da estrutura aparece fortemente motivado, enquanto que os limites da estrutura – limites de seu próprio esgotamento como estrutura – “são suscetíveis de incorporar os avatares da história alheios às necessidades internas da estrutura” (GARCÍA, 2011, p. 18-19). Se um mito se estrutura como uma linguagem, segundo a lição de Lévi-Strauss, toda linguagem pode aspirar a mito, e assim o fez primeiro a religião, logo com acréscimo ao cinema e, seguindo-o de perto, diversos meios massivos de comunicação.

Nos meios de comunicação pode-se dizer que a carga mítica é muito menos aparente, mas isso não quer dizer que o mito não esteja presente: assim como um formato não ficcional como o “consultório sentimental” de um jornal ou revista pode informar a construção ficcional de um radioteatro, devemos considerar que aquilo que Bakhtin (1982) chamava “gêneros discursivos” – formas genéricas que organizavam os intercâmbios orais de distintas situações cotidianas – está igualmente presente no discurso das notícias, da transmissão de toda informação, e que apesar da aparente novidade da informação transmitida, há formatos invariáveis assim como há construções, se não arquetípicas ou míticas, pelo menos com uma boa carga de imaginário social ambiente, já que, como insiste Debord (1967), o espetáculo derivado dos meios é a reconstrução material da ilusão religiosa. O esforço de

objetividade dos meios de comunicação se revela ilusório se o submetem a oposição *doxa vs. episteme* ou a sua variante mais antiga de *muthos vs. logos*, e isso é o que costuma colocar em evidência a literatura quando toma aos meios como objeto de reflexão.

A novelística de Puig resultou, em um primeiro momento, tão moderna e tão alheia à tradição de uma intertextualidade estritamente literária, que até mesmo Borges afirmou que não compreendia títulos como *A traição de Rita Hayworth* ou *Boquinhos pintadas*. Puig rompeu, se é possível dizer, com as regras literárias ao importar códigos de outra disciplina, e usou a plataforma da literatura para ensaiar formatos que não só continham temas midiáticos mas que os imitavam. Neste sentido, pode-se dizer que a literatura “antiliterária” de Puig é pioneira em desenvolver uma mimese, não da realidade, mas sim dos meios. Em outras palavras, confirma a reflexão de McLuhan de que “o conteúdo de todo meio é sempre outro meio” (1964, p. 8).

CÉSAR AIRA E A TELEVISÃO

Para a década de noventa, o cinema e sua mitologia já fazem parte da vida cotidiana. Foram assimilados há muito tempo, porém seu império começa a cambalear sob a influência de algo ainda mais cotidiano: a televisão. A televisão substituiu lentamente as notícias de rádio com os noticiários ou telediários, e as folhetinescas situações do radioteatro pelo teleteatro e as séries. Com este suporte as pessoas podem passar horas em frente à tela como não era possível fazer no cinema. A tirania que Puig atribuía ao cinema é muito mais violenta ainda no caso da televisão, onde frente a aparente “democratização dos conteúdos” bate frequentemente uma demagogia populista e oportunista com toda uma gama de características reacionárias (BOURDIEU, 1997) que, além disso, faz do espectador um ser inerte, isolado e de vida vicária (DEBORD, 1967). A televisão, como meio massivo e popular, é um bom elemento para levar em conta quando um autor quer fazer literatura não elitista ou concorde com “os tempos que correm”.

O desafio para o escritor dos anos 90 é, nas palavras de Norma Carricaburo (2008), escrever para telespectadores, e assim o concebe César Aira⁵ em uma série de novelas, ao ponto que se pode falar em sua obra de um “ciclo televisivo” (CONTRERAS, 2002) ciclo que tem um começo certo (*A lebre*, 1987), mas não um final claro, se consideramos que a presença da televisão – e em menor medida dos jogos eletrônicos – se mantêm quase constante, ainda se destacam a novela já mencionada, *Represa* (1987), *O pranto* (1990), *A guerra das academias* (1991), *Os mistérios do Rosário* (1993), *A mendiga* (1994), *O sonho* (1995) e *A vila* (1998). Em muitos destes títulos a televisão só tem presença temática, de conteúdo, mas em outros, ainda quando a televisão está ausente, como em *A lebre*, determina a forma de narrar. Assim, por exemplo, um característico recurso da literatura pós-moderna como é o curto-circuito de sentido, por meio da justaposição abrupta de elementos heterogêneos, contrastantes ou opostos (LODGE, 1981) se converte, em Aira, em uma sorte de mimese do *zapping*. Em diversos títulos de Aira de finais dos anos oitenta e começo dos noventa, se afirma frequentemente, na boca dos personagens ou do narrador, que a arte da conversação – e por extensão, da narração – consiste em saber mudar de tema. Como refutação irônica a esta afirmação, as trocas de tema nessas mesmas novelas são violentas, desiguais e desconcertantes para a percepção do leitor ortodoxo, o mesmo leitor que, não obstante, assiste impávido como telespectador à maneira confusa e justaposta de imagens que pode oferecer uma sessão de *zapping* televisivo.

O título que explora mais a fundo este recurso formal é *O pranto*, onde a televisão, que determina as angústias de seu protagonista, aparece elevada à categoria de arte e se apresenta como a produção por excelência de mudança de ideia. “A simultaneidade heterogênea dos canais de televisão é o núcleo da mimese de *O pranto*, onde os gêneros mais diversos convivem em um aparente acaso” (GARCÍA, 2006, p. 69).

5 César Aira (1949) publicou uns sessenta títulos entre novelas, relatos e textos inclassificáveis nos quais destaca um desconcertante imaginário surrealista entrelaçado com elementos de rigoroso realismo. Sua escrita aplica diversos procedimentos das vanguardas. Dos autores comentados neste trabalho é o único que não se vincula com o mundo do cinema nem dos meios, salvo esporádicos artigos para a imprensa.

No nível do conteúdo é sobre tudo *Represa* a novela em que a televisão, ou mais especificamente sua abstinência, produz efeitos que incidem diretamente no desenlace da trama. Aqui, um casal e seus dois filhos pequenos passam umas férias em uma cabana com um ambiente bucólico, mas o pai, em particular, sofre com a falta da televisão, o que o leva a considerar o espetáculo da natureza como televisado, e a fazer especulações de telespectador frente a tudo o que vê.

Como não é possível deter-se nos inúmeros exemplos oferecidos, mencionemos ao menos que a lógica geral da estética televisiva de Aira, fica explícita em *A mendiga*, protagonizada pelos atores, roteiristas e produtores de uma série de televisão. O roteiro da série avança sobre os erros ou inclusive erratas dos roteiristas, e assim, o que no princípio estava ambientado na atmosfera realista de Berlin, se transforma por uma metátese involuntária – Brelin – no entorno de um bosque encantado na província de Buenos Aires. O procedimento de antecipação de Aira, de avançar sem deter-se a corrigir erros, assemelha-se ao programa de televisão ao vivo que deve avançar sem possibilidade de deter-se. Produz-se em muitos casos, um efeito de desleixo que se opõe à profundidade e complexidade que frequentemente se espera de um texto literário, sem mencionar a incoerência e a frivolidade, aspectos que ocorrem com insistência nesta etapa de sua escrita. Mais que com o cinema, Aira prefere brincar com figuras populares da televisão, que vão desde a atriz Cecilia Roth, passando pela vedete Moria Casán até chegar ao Bob Esponja. Embora não haja uma exaltação de ditas figuras (em alguns casos, como em *A mendiga*, inclusive se percebe certa ironia) se tende a conservar uma neutralidade que evita julgar, ainda que implicitamente, o papel que desempenha a cultura popular em nossas vidas: simplesmente é algo que nos rodeia por toda a parte, que inclusive está dentro de nós e com o que convivemos diariamente.

ALEJANDO LÓPEZ, UM HERDEIRO DE PUIG

Como no caso de Puig, Alejandro López⁶ também tem um estreito vínculo com o mundo do cinema e como no caso de Puig, sua primeira novela ostenta já desde o título, um ícone do imaginário popular: a “princesa do povo”. A morte de Diana Spencer pode considerar-se como o acontecimento midiático de finais do século XX, assim como, a queda das torres gêmeas o será nos princípios do século XXI. Soma-se à trágica morte da rebelde princesa, o fato de que tenham sido as perseguições de jornalistas a causa da colisão em um túnel de Paris, transformando-a assim, na mártir midiática por excelência de um sepulcro não precisamente escasso de figuras trágicas, e em um símbolo da violência aterradora que podem chegar a exibir os assim chamados meios de comunicação massiva, que, diga-se de passagem, foram assim batizados por Marshall McLuhan não porque o massivo indicara muita quantidade de gente e sim gente consumindo ao mesmo tempo (McLUHAN, 1964, 349).

No entanto, como ocorria também na novela de Puig, aqui a figura de Lady Di é tangencial, já que a trama gira em torno à obsessão de uma menina de província com o popular cantor latino Ricky Martin, de quem quer ter um filho. À maneira retorcida de *A traição de Rita Hayworth*, esta novela também pode ser considerada uma (anti)novela de formação. Se a tradicional *Bildungsroman* põe no campo literário as cenas sucessivas pelas quais um homem de classe média alta encontra sua inserção na sociedade (AMÍCOLA, 2003), por outro lado, estas novelas apresentam heróis sexualmente desorientados ou confundidos (como Toto, em *A traição*) ou heroínas desequilibradas, negadoras da realidade e criminais como Esperanza Hóberal (ou seja, Esperanza sobre tudo), narradora de *A assassina*. Neste caso, mais uma vez, a protagonista narradora encontra-se morta e a narração se converte

⁶ Alejandro López (1968) teve sua revelação como escritor com *A assassina de Lady Di* (2001) e quatro anos mais tarde publicou *Quieres foder? O restante de sua ficção apareceu diretamente pela internet. Em 2003 ganhou bolsa para cursar Direção de Cinema e trabalha como roteirista de cinema e televisão.*

assim, retrospectivamente, em uma prosopopéia, figura que está na base da formação da alegoria e do discurso mitológico (FONTANIER, 1977; DE MAN, 1984).

A mitologia de Esperanza é a televisão, como pode ser comprovado pelo caderno no qual aponta frases, que ela considera célebres, de atrizes de telenovelas ou apresentadoras deste meio. Da mesma maneira que duas famosas atrizes do cinema argentino, Mirtha e Silvia Legrand, Espranza e sua irmã gêmea nasceram sob o mesmo signo astrológico e como nos filmes que aquelas protagonizaram, atualizam o tópico mítico dos gêmeos com o qual tradicionalmente se representa polarizado o bem e o mal, onde um deles toma a iniciativa “e se transform[a] em uma espécie de herói; um herói assassino em certos casos” (LEVI STRAUSS, 1987, p. 54). Esperanza, assassina de sua irmã aos sete anos, se assume assim, como a metade obscura de um par idêntico, tema de abundante recorrência no folhetim, no melodrama e seus derivados. Em qualquer caso, esta obra prima com a qual López irrompe sonoramente no campo literário resulta uma narração mais ortodoxamente literária se comparada com o extremo experimentalismo da de Puig. Analisando a intenção de que fala Edward Said (1975) para os começos, esta é aqui principalmente a de uma modulação da voz, a da conquista de um tom mais que uma forma, e desde a perspectiva da angústia das influências de Bloom (1997) um cli-nâmen ou moderado desvio de seu mais claro predecessor.

Quieres foder? = guan tu fak, em contrapartida, arrisca uma proposta de mimese formal ao apresentar uma turva história de proxenetismo, assim como a evolução de um homem em transexual, construída, diferentemente do uso da astrologia como saber e determinismo popular da novela anterior, sobre a base de um padrão associado aos símbolos oníricos segundo o imaginário popular, ou seja, os números que representam determinadas imagens dos sonhos usados para jogar na loteria. Através da estrutura formal de um chat do e-mail, imita-se a peculiar ortografia e sintaxe deste tipo de mensagens. Tal como o desenvolveria em seu minucioso estudo sobre este texto, Norma Carricaburo, por um

lado, neste tipo de escrita se adaptam as grafias aos sons; há um predomínio do som sobre a grafia e um interesse por acelerar a escrita através de abreviaturas, signos matemáticos, supressão de vogais, termos de outras línguas. Os signos diacríticos, como pontos ou vírgulas, desaparecem, a maiúscula não se utiliza mais que para dar ênfase fônica, e se a grafia se adapta aos sons, “as regras são muito frouxas e não há uniformidade sequer no mesmo usuário” (CARRICABURO, 2008, p. 181). Costuma-se suprimir grafemas, como algumas consoantes finais, e se produzem epênteses iniciais em palavras estrangeiras, se confundem grafias para a representação de um mesmo fonema (*s, c, z; k e q*, etc.), se reduzem os grupos cultos, e por outro lado há uma imitação permanente de diferentes registros coloquiais, como a tradição suburbana argentina de falar “ao contrário”, assim como um uso abundante de diminutivos e aumentativos, desde o nível da morfologia apreciativa, entre muitas outras anomalias gramaticais.

A tudo isto se soma outro fator importante: os *emoticons*, que substituem a palavra com a imagem, às vezes construídos por signos diacríticos, como um ideograma, às vezes com carinhas predeterminadas que os programas oferecem, e que são a prova do progressivo império do pictográfico sobre o alfabético, fator que nos recoloca na sensibilidade pré-cristã de pensamento e percepção mítica, que McLuhan (1964) profetizou para a era pós-moderna dominada pelos meios massivos: uma linha difusa entre realidade e ficção, que transforma a distinção entre ambas irrelevante, de modo que filmes, política e jornalismo não são facilmente diferenciáveis; vocabulário necessariamente primitivo; argumentos fundamentais e uma primazia do pessoal sobre o impessoal, como nos antigos sistemas de crenças pagãs. Isolados neste ponto, os personagens de López surgem como epítomes da alienação do “irrealismo” da sociedade atual.

TERRORISMO MIDIÁTICO

Sergio Bizzio⁷ pode se considerar próximo à estética de César Aira por algumas afinidades temáticas e pela presença de um humor por vezes absurdo ainda que contido, porém não comparilha com Aira, ao menos abertamente, sua genealogia vanguardista nem as piruetas a que submete a trama em virtude do uso de “procedimentos”. Sua relação com a televisão e o cinema parece transmitir à sua literatura a reprodução de uma narração nítida, concisa e com um final elaborado, como frequentemente se exige de um roteiro cinematográfico.

Na obra *Realidade* o que acontece é que precisamente o “roteiro” é inundado pelo inimaginável: um comando do Mossad toma durante a noite, um canal de televisão no qual se grava o *reality show* Big Brother. Os participantes do show, que estão “na Casa”, não sabem de nada, enquanto isso os terroristas mantêm como reféns todos os funcionários do canal e pedem ao governo a devolução de um de seus companheiros, que abandonou a causa e deve ser castigado. O único dentre eles que fala castelhano serve de intérprete aos demais, Ommar, irá ditando o que o locutor deve dizer em seu papel no Big Brother aos jovens que estão dentro da Casa, fazendo que a verdadeira realidade invada o programa e mostre em que medida é falso e “roteirizado” o que tradicionalmente mostram este tipo de formatos. Desta forma, o locutor que dá a voz ao Big Brother e logo o próprio Ommar, fazendo-se passar por um psicólogo da produção, incitam aos jovens a fazer sexo grupal, a se embebedarem, a se drogarem, a falar sobre a Jihad, a escrever na parede que Israel é nazista, a se disfarçarem de árabes e finalmente a matar, com a desculpa de que tem vinte e quatro horas nas quais nada do que façam irá ao ar. Somente através de uma ação terrorista, nos diz esta novela, a suspeita realidade de um *reality* se torna real, já que “só a realidade é capaz de controlar tudo” (BIZZIO, 2009, p. 207).

⁷ Sergio Bizzio destaca não somente como narrador, mas também como dramaturgo, roteirista e diretor de cinema. Dirigiu os longa metragens *Barbaridade* (2001), *100 tragédias* (2008, com Mariano Galperín), o documentário *Rei Queen* (2006), *Não fumar é um vício como qualquer outro* (2009) e *Bomba* (2013) no qual aparece César Aira. Também trabalhou como produtor de televisão.

À maneira do cinema, a narração utiliza uma montagem paralela para mostrar três mundos de maneira simultânea: o mundo dos produtores e técnicos do canal submetidos pelos terroristas, o mundo “de fora”, composto por familiares dos participantes do jogo e por participantes expulsos, e finalmente o mundo da Casa. O contraste mais evidente se produz entre a fé, o impulso transcendente dos terroristas e a absoluta falta de valores dos jovens. A tensão, no entanto, concentra-se nos personagens confinados na Casa: Robin, favorito do público e de seus companheiros, Chaco, Romy, Pau e Gaby: todos superficiais, vazios, ignorantes e insensíveis, “um grupo de meninos que não representam ao seu país, nem a sua geração, nem a sua cultura, nem sequer a eles mesmos” (BIZZIO, 2009, p. 161), tal como costumam ser os participantes deste tipo de programas. Assim o mostra, por exemplo, a conversa que Pau mantém com o psicólogo que não pode ver:

- O que queres ser na vida? – disse-lhe Ommar depois de uma pausa.
- Milionária. – disse Pau.
- Alguma profissão?
- Famosa.
- Ajudarias aos demais?
- Em que sentido?
- Em que sentido achas?
- Dar dinheiro para eles e tudo isso? – disse Pau –. Sim, pode ser, sei lá, na verdade eu não pensei nisso.
- Em que pensas?
- Agora em ganhar esta merda de jogo, realmente. (BIZZIO, 2009, p. 82).

Aqui, como ocorria na primeira novela de López, os personagens decodificam a realidade através de referências da televisão ou do cinema. Robin triunfa ao relatar sua história pessoal “com todos os ingredientes do drama sentimental” ou da telenovela (20). Quanto aos familiares dos meninos, que seguem os acontecimentos através das notícias:

Ninguém estava ciente do ultimato do terrorista, mas sim da possibilidade de assaltar o canal: dessa maneira resolvia-se esta classe de assuntos na literatura que haviam ouvido, no cinema que haviam dito, no jornalismo que os distraia e na televisão que os havia formado. (BIZZIO, 2009, p. 166).

Por sua vez, os roteiristas e editores buscam estabelecer para cada um o estereótipo mais adequado, “papéis que iam desde ‘o bonzão’ e ‘a ingênua’ até ‘o ladino’ e ‘a infiel’” (26). A interpretação que se faz de tudo o que ocorre aí dentro por parte dos jurados outorga um caráter significativo ao que não o tem em absoluto. Os assim chamados “jurados”

Eram os encarregados de dar ao programa o caráter de “jogo”, encontrando sentido oculto de uma tosse ou descobrindo um plano em um tropeço; seu trabalho consistia nisso, em converter a uma dezena de meninos incapazes de organizar um aniversário em um grupo de estrategistas rigorosos e friamente calculistas. (BIZZIO, 2009, p. 30).

A realidade do jogo – que de jogo não tem quase nada – encontra-se saturada por uma superdeterminação inventada, falsa à força de delírio interpretativo e em última instancia estúpida e frívola. A única e verdadeira superdeterminação é a dos meios, onde as condições de comunicação são impostas. O êxito de um formato como o do Big Brother, narração midiática da catálise absoluta, não só obedece ao voyeurismo do espectador, mas também leva a sua exacerbação a lógica do sucesso ou *fait-divers*, essa espécie de falsa notícia ou de notícia ficcional (BARTHES, 1967), informação monstruosa que aqui se apresenta como um falso documentário (os participantes não podem revelar-se como o que são, mas representam estereótipos que vão perfilando os roteiristas) e um falso jogo (o ganhador não é escolhido pelos espectadores, como se acredita, e sim pela produção) já que a televisão, através de sua violência simbólica, mostra-se como um “colossal instrumento de manutenção da ordem simbólica” (BOURDIEU, 1997, p. 20). Com

ecos distantes do feroz filme *Network* de Sidney Lumet, a novela de Bizzio mostra com ironia, como ainda os mais implacáveis terroristas acabam por ser um fracasso ao lado dessa ordem simbólica, e ao mesmo tempo, como fracassam também em qualidade de defensores da Palavra frente ao império da Imagem. O chefe do comando terrorista “era capaz de sacrificar-se pela Palavra, e os defensores de uma emissora de imagens (pensando bem, que outra coisa é Ocidente?) não estavam sequer dispostos a velar uns pelos outros” (BIZZIO, 2009, p. 43). Toda atividade é negada no marco do espetáculo geral em que se converteu Ocidente.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O triunfo da imagem como epítome da cultura ocidental em guerra com uma cultura produto de uma religião da palavra; em suma, o velho problema da representação, é o que esporadicamente põe em manifesto em momentos de autocrítica a própria cultura ocidental, desde o neoplatonismo e as elucubrações sobre o sublime passando pelas estéticas kantiana e hegeliana, até chegar ao *Moisés e Aarón* (1957) de Arnold Schönberg, ou a novela que acabamos de comentar. Porém, a reparação cíclica deste conflito também pode adotar a forma espetacular e paradoxal do atentado ao World Trade Center, em que a cultura e a religião da palavra deu ao mundo a imagem mais impactante da história recente, e em que a “sociedade do espetáculo” somente se limitou a repetir ditas imagens até a saturação, sem que por isso o expediente da repetição resultasse mitificável e sim, meramente redundante, já que “o tempo real é adverso ao trabalho da metáfora” (AIRA, 2001) e essa imagem resultou “demasiadamente imagem” como para permitir um mínimo desenvolvimento narrativo: a simultaneidade midiática anula o tempo e com isso, a possibilidade de narração. Outro paradoxo é que a imagem passou a ser o sinônimo das culturas autenticamente modernas e tecnificadas enquanto que a escrita, historicamente posterior e mais elaborada, parece ficar relegada a “uma coisa do passado”, como diria Hegel. É o império

do que Nicolas Bourriaud (2009) define como uma precariedade generalizada, que favorece uma subjetividade que se caracteriza por identificações múltiplas e mutáveis, identidades frágeis e em movimento, ainda que essa mesma precariedade seja a que pode servir como meio de resistência da arte, que tira dela novas formas de cultura e novos tipos de escrita formal.

Na breve revisão destas novelas argentinas, em um arco que vai de fins dos anos sessenta até fins da primeira década deste século XXI, pode-se perceber uma mudança de registro: enquanto Puig valorizava as formas populares, pois compartilhava o gosto por elas com seus personagens (CORBATTA, 1983); em Aira, embora persistentes, circulam os meios massivos de maneira neutra, sem valorização positiva ou negativa e sim como constatação; López segue Puig, mas acentuando a alienação de seus personagens, enquanto que com Bizzio a valorização não só é abertamente negativa, mas também apela em várias ocasiões à paródia, um procedimento inaceitável no universo de Puig, uma de cujas premissas é a de não zombar de seus personagens. É possível que a literatura tenha renunciado a equiparar-se a estes meios relativamente modernos, ou que estejamos assistindo ao começo dessa renúncia e que com ela se gere uma distância irônica e, portanto crítica, já que se começa a pensar em literatura sem dúvida, como um meio não tão massivo nem popular, ao menos em seu suporte tradicional. Se o movimento irônico representa, como queria Vico, o fim da sensibilidade mitológico-religiosa ou o seu desmascaramento, talvez lhe ocorra à literatura esse papel um tanto pessimista de princípio de negação frente à onipresença midiática.

REFERÊNCIAS

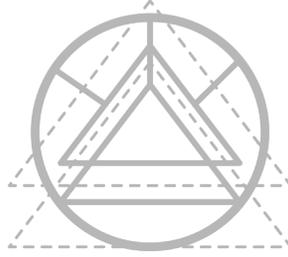
- AIRA, César. **La liebre**. Buenos Aires: Emecé, 1991.
_____. **Embalse**. Buenos Aires: Emecé, 1992a.
_____. **El llanto**. Rosario: Beatriz Viterbo, 1992b.
_____. **La mendiga**. Buenos Aires: Mondadori, 1998a.

- _____. Entre presidente y presidente, **El país**. Madrid, 22 de enero de 2002.
- AMÍCOLA, José. **La batalla de los géneros**. Novela gótica versus novela de educación. Rosario: Beatriz Viterbo, 2003.
- BAJTÍN, M. M. **Estética de la creación verbal**. México: Siglo XXI, 1982.
- BARTHES, Roland. **Ensayos críticos**. Barcelona: Seix Barral, 1967.
- BERGSON, Henri. **Les deux sources de la morale et de la religion**. Paris: PUF, 1932.
- BIZZIO, Sergio. **Realidad**. Buenos Aires: Mondadori, 2009.
- BLOOM, Harold. **The Anxiety of Influence**. A Theory of Poetry. Second edition. New York: Oxford University Press, 1997.
- BLUMENBERG, Hans. **Trabajo sobre el mito**. Barcelona: Paidós, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. **Sobre la televisión**. Barcelona: Anagrama, 1997.
- BOURRIAUD, Nicolas. **Radicante**. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2009.
- CARRICABURO, Norma. **Del fonógrafo a la red. Literatura y tecnología en la Argentina**. Buenos Aires: Circeto, 2008.
- CONTRERAS, Sandra. **Las vueltas de César Aira**. Rosario: Beatriz Viterbo, 2002.
- CORBATTA, Jorgelina. Encuentros con Manuel Puig, **Revista Iberoamericana**, vol. 49, n° 123-124, 591-620, 1983.
- DEBORD, Guy. **La société du spectacle**. Paris: Gallimard, 1967.
- DE MAN, Paul. **The Rhetoric of Romanticism**. New York: Columbia University Press, 1984.
- DIANTEILL, Erwan; LÖWY, Michael. **Sociologías y religión**. II. Aproximaciones disidentes. Trad. Mariano García. Buenos Aires: Manantial, 2009.
- FONTANIER, Pierre. **Les figures du discours**. Paris: Flammarion, 1977.
- GARCÍA, Mariano. **Degeneraciones textuales**. Los géneros en la obra de César Aira. Rosario: Beatriz Viterbo, 2006.
- _____. La meta del mito: imágenes de metamorfosis en la literatura argentina del nuevo milenio, en José Amícola (comp.), **Un corte de género**. Buenos Aires: Biblos, 2011.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito y significado**. Madrid: Alianza, 1987.
- LODGE, David. **Working with Structuralism**. London: Routledge, 1981.

- LÓPEZ, Alejandro. **La asesina de Lady Di**. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2003.
- _____. **Kerés cojer? = guan tu fak**. Buenos Aires: Interzona, 2005.
- McLUHAN, Marshall. **Understanding Media: the Extensions of Man**. Massachusetts Institute of Technology Press, 1994.
- PAULS, Alan. **Manuel Puig: La traición de Rita Hayworth**. Buenos Aires: Hachette, 1986.
- PUIG, Manuel. **La traición de Rita Hayworth**. Barcelona: Seix Barral, 1983.
- _____. **Boquitas pintadas**. Barcelona: Seix Barral, 1984.
- _____. **Querida familia**. Tomo 2. Cartas americanas. New York-Río de Janeiro. Buenos Aires: Entropía, 1963-1983.
- SAID, Edward W. **Beginnings**. Intention and Method. New York: Basic Books, 1975.
- WILLIAMS, Raymond. **The Long Revolution**. London: Penguin, 1965.



6



A PEREGRINAÇÃO HOJE EM DIA; VIAGEM MÍTICA, REAL, VIRTUAL¹

ROSA AFFATATO²

A VIAGEM E A PEREGRINAÇÃO COMO ARQUÉTIPOS MÍTICOS

A presente pesquisa quer apresentar a peregrinação na Europa de hoje como viagem com função não apenas religiosa, mas também antropológica, cultural e social, tomando como ponto de partida uma reflexão sobre a viagem como acontecimento mítico primordial, à luz da utilização dos atuais meios de comunicação.

Entre os muitos motivos arquetípicos presentes desde a antiguidade nos mitos se encontra o da viagem. Entendemos o motivo arquetípico a partir da definição de C. G. Jung como imagens e conteúdos arcaicos, primevos do inconsciente coletivo que se manifestam através de mitos e contos populares, conteúdo

¹ Título original: *La peregrinación hoy en día: viaje mítico, real, virtual*. Tradução de Paulo Ferracioli Silva.

² Professora de literatura no ensino secundário na Itália e doutora em Filologia Italiana na Universidad Complutense de Madri. Suas linhas de pesquisa principais são os comentários do século XIV da Divina Comédia e a recepção dos mitos na literatura contemporânea, nas artes plásticas e no espetáculo, como componente do grupo ACIS de pesquisa em crítica de mitos da mesma universidade. Ocupou-se de mito e literatura contemporânea, mito e dança popular no sul da Itália. E-mail: r.affatato@ucm.es

que “ao fazer-se consciente e ser percebido experimenta uma transformação adaptada à consciência individual na qual aparece”, isso é, como uma “perífrase explicativa do *eidos* platônico” (2010, p. 5). Nessa perspectiva a viagem vem a ser então um caminho de encontro com o imaginário, uma viagem mítica que pertence tanto ao contexto concreto dos povos nômades quanto ao abstrato dos mitos. De um nasce o outro, já que encontramos traços de nomadismo nas origens da literatura mundial, como por exemplo, na época da civilização suméria e já local de estadia, a perigosa viagem que empreende o rei de Uruq Gilgamesh (II-I milênio a.C.) em busca da imortalidade, a longa e também perigosa viagem de Ulisse na *Odisséia* (século IX-VIII a.C.), cujo nome terminou por identificar uma viagem sem fim, por antonomásia, e em épocas mais recentes, a viagem de Dante em *Divina Comédia* que na literatura mundial é a viagem transcendental por excelência.

O tema da viagem tem importância para o mito enquanto passagem ou mutação de um estado a outro, como são, nos acima exemplificados, a viagem em busca da imortalidade, a viagem de volta a Ítaca, a viagem a reinos ultraterrenos feito dessa vez, diferentemente dos anteriormente citados, no estado de sonho que é território do inconsciente, através de um lugar mítico, mais além: Inferno, Purgatório e Paraíso.

A viagem, no entanto, nem sempre tem fim. A de Ulisses, segundo conta Dante, não chegará a sua meta, pois terminará em um naufrágio “com'altrui piacque” (*Inferno*, XXVI, v. 141). Por isso, relacionado com o tema da viagem se encontra o do labirinto como lugar do comportamento errante e do risco de volta ao ponto de partida e, no pensamento filosófico ocidental, a partir de Sócrates e Platão, também como representação da possibilidade de escolher livremente o caminho mas com o risco de perder-se nele, “metáfora da aporia e do princípio da razão” (BRUNEL 1988, p. 416).

Este motivo de perdição fez com que na Idade Média o labirinto se pusesse em conexão com o mundo do mal e o inferno, de onde Teseu-Cristo libera todos os homens do Minotauro-Diabo.

Os labirintos desenhados na pavimentação de igrejas italianas e francesas, como nas catedrais de Lucca e de Reims, têm uma só saída e “simbolizam a viagem da vida, que é longa e turtuosa e cujo caminho autêntico é Deus, que é a única via de salvação” (BRUNEL, 1988, p. 417).



Imagem 1 - Baixo relevo de labirinto em um pilar da catedral de Lucca (Itália)

Os labirintos representados de forma circular implicam que a viagem não é linear mas circular, já que engloba a busca de um regresso. M. Eliade explica que o mito do labirinto representa a busca de “um caminho em direção a si mesmo” (2010, p. 27), enquanto a ação do andar reproduz a forma antropológica e socialmente aceita do círculo mítico, o movimento cósmico e cosmogônico que projeto quem o repete em um tempo mítico, primitivo, de criação do mundo (ibidem). Além disso, G.Durand põe a viagem em relação com a roda como símbolo circular: “antes de profanar-se em um instrumento utilitário é uma engrenagem arquetípica essencial da imaginação humana” (2009, p. 406). Não nos estranha então o fato de que a viagem mítica não tem fim, pois se configura como um eterno regresso que toma ainda mais significado se o relacionamos com um gênero literário muito difundido em toda a Idade Média, isto é, as viagens ao longe que entre os séculos VII e XIV conheceram ampla difusão. Todas as obras listadas por

Le Goff têm como argumento uma visão tida pelo herói durante um sonho no qual é transportado a outros mundos onde é guiado por um santo ou um arcanjo (LE GOFF, 1991). Isso faz da viagem um instrumento de encontro com o além, uma alegoria vivente cujo termo real é a viagem do viajante e o abstrato é a viagem/regresso do homem em direção a deus. Esse é justamente o sentido da peregrinação, a alegoria do caminho reto, um antídoto “físico” contra o desvio, as heresias que ao longo da Idade Média afetaram a Igreja, pelo que essa prática constituiu de maneira indireta uma forma de luta contra os desvios doutrinários dos hereges.

A PEREGRINAÇÃO NA EUROPA NA IDADE MÉDIA

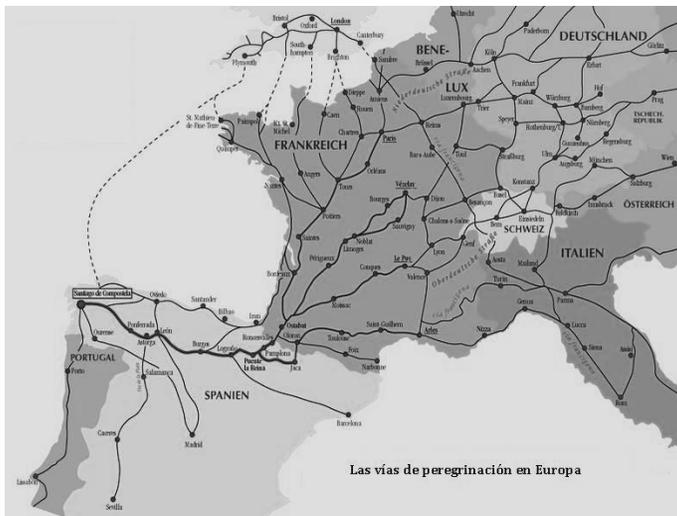


Imagem 2 - Vias de peregrinação na Europa.

Viagem e peregrinação não são a mesma coisa. Há várias diferenças entre as duas coisas; antes de tudo, a viagem tem uma meta material, enquanto a peregrinação tem uma meta não só material mas também espiritual. Para o homem da Idade Média, a meta “imaterial” da peregrinação não se diferenciava da meta matéria, já que para ele a religiosidade não se diferenciava da vida cotidiana e toda fato material, do nascimento à morte, do amanhecer ao

por do sol tinha um significado alegórico, isto é, fazia referência a Deus. Tudo isso é possível graças à imaginação ou virtude imaginativa, que se desenvolve a partir da visão através da qual a virtude imaginativa recebe e produz *phantasmata* (VARELA-PORTAS, 2002) – que em Aristóteles são as imagens – como referências simbólicas e alegóricas do mundo ultraterreno. A viagem é então um caminho produzido pela imaginação e que também vai em direção à imaginação, visto que “o homem feudal vê fantasmas (e nem sequer fantasmas de coisas, mas fantasmas de símbolos)” (*ibidem*, p. 164).

Outra diferença está nas motivações, que na viagem são normalmente prazerosas, enquanto na peregrinação eram e são muito diferentes. Essencialmente, podiam ser pro voto, por ocasião de um compromisso firmado em um momento de perigo do qual havia se salvado pela intervenção de um santo; ex poenitentia, seja para punir alguma culpa civil ou penal, seja para expiar algum pecado; per commissione, por ter recebido de herança uma soma destinada a enviar um peregrino à tumba do santo; o desejo de lucrar indulgências ou obter um milagre (CAUCCI VON SAUCKEN, 1993). A partir do século XII-XIII, com o nascimento do Purgatório³ e o conceito de expiação dos pecados, cresceram as motivações penitenciais, tendo em conta que, como explica Jacques Le Goff (1991), o Purgatório podia começar também na terra, ideia que abria caminho para a expiação dos pecados na vida terrena, uma forma da qual era sem dúvida a peregrinação. Outras motivações menos morais eram a curiosidade e a devoção quase feudal que se estabelece entre o santo e seu fiel, que o impulsiona a ir conhecer a “casa” do seu protetor e deixar uma oferta que se parece muito com os tributos feudais. O modelo feudal se manifesta também no rito de vestuário do peregrino, a quem o sacerdote impunha as vestes e atributos necessários, tal e como ao cavaleiro (CAUCCI VON SAUCKEN, 1993).

3 O nascimento oficial do Purgatório, segundo conta Le Goff (1991), se deu por uma carta do papa Inocêncio III e pelas declarações do Concílio de Lyon de 1274, ainda que a ideia de um tempo e lugar intermediários entre Inferno e Paraíso já existisse nos primeiros séculos do Cristianismo a partir de Tertuliano e santo Agostinho.

Por todos esses motivos a peregrinação foi muito praticada na Idade Média e por consequência se criaram muitas rotas de peregrinação com destino aos maiores centros da Cristandade. Entre essas vias, a do Caminho de Santiago na Espanha e a rota italiana da via Francigena tinha a maior importância, posto que levavam os peregrinos desde “o fim da terra” (Finisterre), a extremidade da Europa em que se encontrava o sepulcro do apóstolo Santiago á outra ponta da terra conhecida, o sepulcro de Jesus Cristo em Jerusalém, passando pelo túmulo de São Pedro em Roma. Além dessas vias de peregrinação que os peregrinos utilizavam para chegar de vários pontos da Europa até os portos da Itália meridional para embarcar em direção a Jerusalém, outros lugares haviam cobrado igual importância, especialmente os dedicados ao arcanjo Miguel, como o Monte Sant-Michel, na França, a abadia de São Miguel de la Chiusa na fronteira norte-oriental da Itália e a cova-santuário do arcanjo Miguel no Monte Gargano, na Apúlia, zona sul-ocidental da Itália, quase no outro lado da península, considerado o lugar original das aparições do anjo e perto dos portos de Bari ou Brindisi, que levariam os peregrinos à Terra Santa.

As razões do culto ao arcanjo Miguel “príncipe das milícias celestes” remontam a várias origens. Conta-se que o arcanjo Miguel apareceu pela primeira vez em 490, perto da cova que se transformou em lugar sagrado. A princípio, essa devoção se sobrepôs a cultos pagãos mais antigos que no Monte Gargano – montanha rochosa da Itália meridional – tinham origem por um lado no culto terapêutico-dramatúrgico grego de Podalirio, filho de Asclepio (na montanha sagrada de Gargano a cova do anjo tem uma fonte de águas mananciais que são tidas como curativas até hoje) e por outro a um “primitivo culto gargânico do deus da montanha” (BRONZINI, 1991b, p. 301). Na fase longobardica prevaleceu esse último aspecto, associado a cultos germânicos godos que entraram em contato com a cultura do império romano-oriental em cujo exército Miguel tinha função de santo archistrategos. Foram os longobardos, que ocuparam a Apúlia do norte no século VII que conferiram ao santuário de Gargano e a Miguel a veneração

que aprenderam com os godo-bizantinos (CARDINI, 2008). Enquanto isso, na outra extremidade da Europa, a nórdica Normandia – assim chamada pelos “homens do norte” que se instalaram ali no século X – o arcanjo foi o santo nacional dos Normandos desde que o *dux normannorum* Rolón se fez protetor do santuário do Monte Saint Michel – cuja denominação mais antiga é Mont de Gargan, segundo conta Bronzini (1991b) – e começou a se representar o anjo em atitude combate matando o dragão-diabo (imagem A), diferente dos ícones bizantinos (imagem B), nos quais era representado mais como “príncipe dos anjos”.



Imagem A - O arcanjo Miguel matando o dragão. Abadia de Notre-Dame de Neves, Borgonha, século XII.



Imagem B - Ícone bizantino do Arcanjo Miguel.

Criou-se então uma “via micalica” de peregrinação entre Normandia e a Apúlia que se cruzava com o caminho de Santiago e a via Francígena e que, ao transportar peregrinos de todos os lugares europeus, segue explicando Cardini, contribuiu em “fazer a Europa” (CARDINI, 2008).



Imagem 3 - Santiago con vestimentas de peregrino.
Catedral de Santiago de Compostela.

O culto do apóstolo Santiago, primeiro evangelizador da Espanha, também tem raízes míticas que segundo a tradição remontam ao descobrimento, por parte de Teodomiro, bispo de Iria Flavia (atualmente Padrón, na Galícia), ao redor do ano 820, de sua tumba ou suas relíquias, levadas a Galícia por seus discípulos depois de sua martirização em Jerusalém. Desde então começaram as peregrinações espanholas à tumba do apóstolo, a primeira das quais foi de Alfonso II, rei de Astúrias, que chegou de Oviedo a Santiago através do que logo foi denominado “caminho primitivo”. O caminho se difundiu rapidamente por toda a Espanha do norte, única zona sem presença muçulmana, impulsionado pelos reinos do norte da península Ibérica que viam no descobrimento da tumba de Santiago uma motivação para resistir às pressões árabes e iniciar a reconquista de seu próprio país. De fato, nos anos imediatamente após o descobrimento, os espanhóis começaram a ganhar batalhas e atribuíram essas vitórias à proteção de Santiago, que começou a ser representado como Matamouros. Por volta do ano mil, em 997,

a catedral de Santiago foi destruída pelos árabes, fato que parece por fim ao culto do apóstolo; porém depois do ano mil Toledo é reconquistada, já não existe perigo muçulmano no norte, a catedral de Santiago será reconstruída e as peregrinações voltarão a começar (CAUCCI VON SAUCKEN, 2009) não só a partir da Espanha (Caminho Primitivo, Caminho do Norte, Via da Prata), mas também da França (caminho francês), Itália (pela via Francígena), toda a Europa (caminho inglês, caminho português). O caminho de Santiago terminará por ser a peregrinação por excelência, como dirá Dante em Vida Nova: “de forma estrita, não se entende [por peregrino] senão quem vai à casa de São Jacó e volta” (XL, 6).

O CAMINHO DE SANTIAGO E A VIA FRANCÍGENA DO SUL

O caminho de Santiago é singular, seja pela distância do lugar que quer alcançar, que é o fim do mundo conhecido, seja pela continuidade milenar da peregrinação, o vínculo estreito, quase pessoal, que unirá pelo resto da vida o peregrino ao santo em uma espécie de pacto feudal de devoção-proteção e finalmente, a memória tenaz, muito forte, do peregrino que guardou a recordação de uma experiência tão excepcional (CAUCCI VON SAUCKEN, 1993).

A assim chamada “Francígena” (isso é, a rota que volta ou vai à França, pela qual transitavam os peregrinos Francos, ou seja, “além da montanha”) era na realidade um conjunto de trilhas que se reunia só em determinados pontos _ pés de montanha, pontes – que dos Alpes ocidentais chegava até Roma para seguir dali em direção aos portos de Apúlia, na Itália meridional, de onde os peregrinos partiam para a Terra Santa. Não se trata, portanto, de um itinerário rígido, como uma estrada romana ou uma autopista atual. Deve-se retomar o conceito de “área de rota” – elaborado faz alguns anos pelo grande estudioso da Idade Média Giuseppe Sergi – para se dar conta da importância territorial ao longo das regiões cruzadas por essa rota (CARDINI, 2010).

Esse trecho da via de peregrinos no sul da Itália coincidia

com a Via Sacra Langobardorum, que de Benevento (Campania), capital do ducado longobardo da Itália meridional, chegava a Monte Sant'Angelo, no norte da Apúlia, e foi aberta presumidamente depois da conversão dos longobardos ao cristianismo ortodoxo por volta de 680, quase um século depois da conquista do sul da Itália em 568⁴.

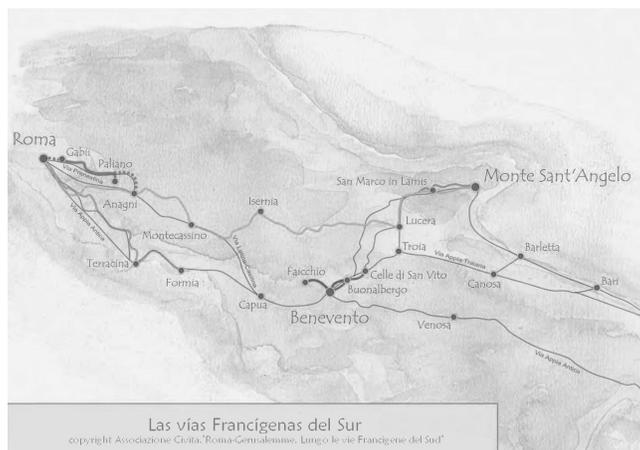


Imagem 4 - As vias Francígenas do Sul.

Assim todo o percurso da via Francígena levava os peregrinos a experimentar a rota “Deus-Anjo-Homem”, isso é, o sepulcro de Jesus Cristo em Jerusalém, a cova sagrada do anjo, as tumbas dos apóstolos Pedro e Paulo em Roma e o santuário de Santiago de Compostela na Espanha.

HOJE EM DIA: PEREGRINAÇÃO E MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Em termos gerais, a ideia de peregrinação no século XXI abarca um significado mais amplo que o especificamente religioso. Diríamos que são os mesmos de *curiositas* e *devotio* que as peregrinações medievais, porém com finalidades diferentes. A curiosidade

⁴ No momento da invasão, os Longobardos eram arianos, ou seja, seguidores da heresia de Ario.

tem duas faces, a primeira que vê os itinerários de peregrinação como instrumento de atração turístico-cultural identificando o caminho como uma ocasião de conhecimento material de lugares e produtos típicos, vinho e queijos; curiosidade e prazer que ainda que sejam naturais, são motivo de distração e tornam vãs as motivações originais da peregrinação (CAUCCI VON SAUCKEN, 1993). Muito turismo rural é divulgado na Internet como hospedagem de peregrinos sem ter nada a ver com as antigas vias de peregrinação (CAUCCI VON SAUCKEN, 2009). A segunda face toma a atração cultural em um sentido mais histórico-religioso, dando lugar a movimentos de recuperação das antigas vias de peregrinação como está fazendo o Centro Italiano de Estudos Compostelanos que teve um papel muito importante no reconhecimento do Caminho de Santiago como “primeiro itinerário cultural europeu” em 1987, elaborando critérios muito concretos para reconhecer um caminho como itinerário cultural. São eles: ter uma meta bem clara, estruturas de acolhida suficientes para o fluxo de peregrinos, possuir uma memória da peregrinação na área em que ela se encontra, ter restos arqueológicos relativos ao caminho, como pontes, fontes, calçadas; guardar devoção relacionada com os santos protetores dos peregrinos; haver produzido uma literatura de viagem que vá além de mapas, rotas e outros documentos cartográficos; e, finalmente, apresentar todos estes elementos de forma constante e coerente. Esses estudos propiciaram a criação de uma rede de contatos internacionais e relações pessoais que se nos anos 70, quando o professor P. Caucci von Saucken, titular de literatura espanhola na Universidade de Perugia e diretor do Centro Italiano de Estudos Compostelanos começou seu trabalho, eram complicados de encontrar, hoje em dia, graças à Internet, são muito mais simples (*ibidem*).

O outro sentido, o da devoção, é o mais posto em discussão, ainda que seja o mais buscado pelas agências de turismo religioso que hoje tomam o tema da organização de peregrinações. No entanto, a difusão paralela do turismo religioso através dos meios de comunicação está jogando um papel muito importante, ainda que não somente no sentido propriamente devocional, como tes-

temunham os dados postos à disposição na página do Escritório de Acolhida dos Peregrinos de Santiago, que estima que o número de peregrinos em 2012 a Santiago foi maior que 190 mil pessoas, de todas as idades e origens. As estatísticas dos últimos oito anos mostram que, em 2004, foram recebidos 179.944 peregrinos, dos quais 74,65% por motivações religiosas, 19,74% por motivações religiosas/culturais e 5,61% por motivações somente culturais. Em 2012 os peregrinos foram 192.488, dos quais 52,56% por motivações religiosas/culturais, 41,30% por motivações religiosas e 6,14% por motivações culturais. Em agosto de 2013, os peregrinos foram 46.728, dos quais 52,85% por motivações religiosas/culturais, 40,74% por motivações religiosas e 6,41% por motivações culturais. Os dados mostram que, enquanto a motivação somente cultural não teve sua porcentagem muito alterada, a motivação exclusivamente religiosa reduziu quase pela metade, uma vez que baixou desde quase 75% para perto de 40%, enquanto a religiosa/cultural subiu mais que o dobro, de 20% para em torno de 53%. Nessa importante diferença podemos incluir sem dúvida a influência dos meios de comunicação, sobretudo a Internet, cuja utilização se desenvolveu de forma exponencial nos últimos dez anos e que com certeza contribuiu para difundir esse caminho não somente como peregrinação religiosa, mas também como ocasião cultural.

Ao ser um percurso que une diferentes culturas, não somente religiosas mas também laicas, é um instrumento de unidade e solidariedade, explica o professor Caucci von Saucken. “A Santiago vão protestantes, anglicanos, alguns muçulmanos, muitos laicos. Todos juntos, caminhando em direção à mesma meta” (FAMÍGLIA CRISTIANA, 2012, on line). Esse aspecto de solidariedade e união se encontrava já nos peregrinos medievais que deviam ser pobres e ter a bolsa sempre aberta, pronta para dar e receber (CAUCCI VON SAUCKEN, 1993, p. 100) e sublinha e comunica ainda hoje um pertencimento global, de *koinonía*, da que são metáfora os caminhos europeus (GAI, 1991).

Será por essa percepção de união global, muito diferente da globalização, que existem muitíssimas páginas na Internet criadas

para compartilhar experiências de peregrinação, trocar conselhos sobre rotas, tempos, lugares e sugestões concretas sobre a peregrinação. A catedral de Santiago tem sua página oficial (www.catedraldesantiago.es) na qual se encontra um link para a página oficial do Escritório de Acolhida de Peregrinos (<http://peregrinossantiago.es>) completamente dedicada à peregrinação. No entanto, basta digitar no Google “caminho de Santiago” e pode-se escolher entre os numerosos links encontrados pelo buscador. Nas redes sociais, *Facebook* é outro recurso muito importante utilizado também pelo Escritório de Acolhida de Peregrinos (*vide* referências) para proporcionar a máxima ressonância possível ao Caminho de Santiago.

Mais ocasiões potencializam a difusão da peregrinação através dos meios de comunicação. No Ano Santo Compostelano de 2010 chegaram a Santiago 272.412 peregrinos, uma quantidade que tem crescido nos últimos anos, chegando dos 125 mil de 2008 aos 192 mil de 2012. O ano de 2014 foi importante também porque foi celebrado o VIII centenário da peregrinação de São Francisco de Assis a Compostela (1214-2014). A notícia da criação de uma comissão interadministrativa para o centenário foi divulgada pela Federação Espanhola de Associações de Amigos do Caminho de Santiago e se encontra postada em seu site (*vide* referências), de forma que se espera que o número de peregrinos suba ainda mais nos próximos anos⁵.

Ao lado de iniciativas de recuperação coletiva das vias de peregrinação, há peregrinos que desbravam pessoalmente as rotas recém-descobertas como a via Francígena do sul e vão compartilhando suas experiências através de páginas na Internet, blog, rádio e televisão. É o caso de “Camminacammini” [caminha caminhos] (<http://www.camminacammini.com>), o blog de um italiano, Michele Del Giudice, do Clube Alpino Italiano e integrante do grupo de pesquisa “Terras Altas”, que se ocupa desde 2008 do projeto de recuperação do “caminho micaélico” entre Benevento e

5 Até mesmo o grande acidente de trem que ocorreu em 24 de julho de 2013, perto da estação de Compostela na vigília do dia festivo dedicado a Santiago, potencializou a ressonância internacional da peregrinação compostelana, já que a notícia ocupou a primeira página dos jornais e as aberturas dos noticiários europeus e internacionais.

Monte Sant'Angelo. Michele cruzou ele mesmo o caminho e abriu seu blog como “diário de bordo” das suas peregrinações. Sua aventura ainda segue de pé e cada ano o blog é recheado com mais experiências⁶ e mensagens de amigos e fãs, tanto que o caminho francígeno do sul se vai difundindo sempre mais. Ter um site para Del Giudice não é evidentemente dar publicidade a seus “feitos” pessoais, mas ter milhares de companheiros de viagem aos quais ele pode contar suas conquistas e suas dificuldades do caminho dia-a-dia. Outro caso peculiar, conta P. Caucci von Saucken, é que a peregrinação hoje em dia pode ter também finalidades de recuperação social: “experimentamos faz alguns anos a peregrinação na via Francígena com alguns detentos da prisão de Rebibbia, em Roma. Dessa forma, a peregrinação se torna instrumento de reintrodução na sociedade” (FAMIGLIA CRISTIANA, 2012, on line).



A via Francígena, reconhecida como itinerário cultural pelo Conselho da Europa em 2004, tem vários sites oficiais, entre os quais recordamos “Via Francigena Projeto Europeu” (<http://www.viafrancigena.com>) e “Via Francigena” (<http://www.viefrancigene.org/it>), ambos dedicados a iniciativas culturais ligadas a essa rota; “A Via Francigena” (<http://www.radio.rai.it/radio3/laviafrancigena>), site criado a partir de uma iniciativa radiofônica da emissora nacional italiana Rádio Tres RAI que entre abril e maio de 2005 organizou e cumpriu, em uma transmissão diária de seis semanas de duração, uma peregrinação em direção a Roma a partir da fronteira italiana norte-oriental da antiga rota em que participaram – alternando-se ao longo do caminho – personalidades do mundo literário, teatral e jornalístico italiano. Esses sites têm, sobretudo, finalidades cultu-

6 Em 2012, Michele Del Giudice explorou outro caminho micalico, o “caminho do anjo” entre Monte Saint-Michel e Monte Sant’Angelo. Em 2013 completou o “caminho de Deus” de Monte Sant’Angelo a Jerusalém.

rais, como o dedicado ao trecho sulista – melhor dito, os trechos sulistas – da via Francígena (<http://www.viefrancigenedelsud.it/it>). Foi criada entre 2008 e 2009 no marco de um projeto público e privado entre a Associação Cívica de Nápoles, o Ministério italiano de Bens e Atividades Culturais e entidades financeiras privadas, com a finalidade, conforme explica a página, de:

Devolver uma “fotografia” do estado dos itinerários religiosos no sul da Itália que os peregrinos percorriam para chegar do sul à Cidade eterna e dali para o santuário de Monte Sant’Angelo e os portos de Apúlia para embarcar em direção à Terra Santa” (<http://www.viefrancigenedelsud.it/it/progetto>).

Para revitalizar e difundir a experiência mais específica das vias Francígenas do sul estão multiplicando atividades culturais, entre as quais se destaca a pesquisa sobre a “música da peregrinação” que, a partir do exemplo do Codex Calixtinus que concentra produções musicais e hinos compostos em honra ao apóstolo Santiago, deu lugar na Itália a um festival que chega a sua VI edição, o “Festival de Música Sagrada Via Francígena do Sul”, organizado por grupos de música culta⁷ das regiões cruzadas pela via Francígena do Sul. A iniciativa se encaixa no marco de um festival mais amplo criado na Itália que inclui as regiões cortadas pela via Francígena em toda a Europa, o “Vias Francigenas Collective Project” (<http://www.festival.viefrancigene.org/it>) e oferece não somente música, mas conversas, itinerários religiosos e turísticos, exposições, espetáculos teatrais e jornadas medievais.

O papel de difusão e de aproximação da peregrinação levado a cabo por todos esses meios conseguiu fazer evoluir a peregrinação em direção a uma viagem não simplesmente real ou imaginário, mas virtual, já que a experiência de caminho se transformou em experiência comunicativa que transporta o sujeito, nesse caso o peregrino virtual, por um caminho que é ao mesmo tempo real – porque está acontecendo no ato, ainda que em um lugar distante – e

⁷ Recordamos especialmente, pelas suas atividades de pesquisa e promoção cultural e musical sobre a peregrinação, dois grupos: Cappella Musicale Iconavetere e Follorum Ensemble, ambos de Foggia (Apúlia, Itália).

virtual, porque, apesar de ser longe, através dos meios de comunicação, permite participar no mesmo ato de peregrinação, como no caso do blog de Michele Del Giudice.

O que se tornou então hoje em dia o aspecto mítico da peregrinação? As respostas podem ser várias. A viagem e o labirinto, o círculo e o eterno regresso que fazem parte do inconsciente coletivo são os que empurram a peregrinação na direção de metas mais ou menos arditas, enquanto os meios de comunicação potencializam a função arquetípica do imaginário estimulando a revitalização dessa experiência mítica e religiosa primordial. Do ponto de vista religioso, ao retomar o costume da peregrinação a pé se experimenta o desgaste da viagem como alegoria da alma pecadora, que une o peregrino atual ao medieval. Os peregrinos que hoje em dia vão à cova do anjo Miguel em Gargano seguem tendo, segundo Bronzini, as mesmas características da ritualidade medieval entendida como experiência religiosa pura e vital. “Não é o fóssil que sobrevive, mas um sentimento étnico coletivo que revive e se desenvolve de maneira natural por uma relação constante com a montanha”, explica G.B. Bronzini (1991a, XVI).

Essas peregrinações que levaram milhões de pessoas do monte do anjo à tumba do apóstolo e vice-versa, que sobem e descem montanhas e cruzam rotas e regiões desconhecidas guardam até hoje em dia a função mítica desses lugares “de encontro entre céu, terra e inferno” (Eliade, 2010, p.21), inclusive na época da Internet, que parece não conhecer mais segredos nem no céu, nem na terra, nem no inferno.

REFERÊNCIAS

BRONZINI, Giovanni Battista. **Introduzione, en La montagna sacra.** San Michele Monte Sant’Angelo il Gargano, Giovanni Battista Bronzini (ed.), Congedo, Galatina, pp. XIII-XVI, 1991a.

BRONZINI, Giovanni Battista. **Il culto garganico di san Michele, en La montagna sacra.** San Michele Monte Sant’Angelo il Gargano, Giovanni Battista Bronzini (ed.), Congedo. Galatina, pp. 299-353, 1991b.

BRUNEL, Pierre. **Dizionario dei miti letterari,** Bompiani, Milano, 1995.

CARDINI, Franco. Il “miraggio” della terrasanta tra pellegrinaggio e crociate,

en: VV.AA, **Roma-Gerusalemme. Lungo le Vie Francigene del Sud**, Civita, Nápoles, pp. 24-39, 2008.

CARDINI, Franco. **Ancora sul pellegrinaggio medievale e la “Via Francigena”**, 2010. Disponível em: <<http://www.francocardini.net/Appunti/25.11.2010.html>>. Acesso em: 2 de set. de 2013.

CAUCCI VON SAUCKEN, Paolo Giuseppe – Asolan, Paolo. **Cammini in Europa. Pellegrinaggi antichi e moderni tra Santiago, Roma e la Terra Santa**, Terre di Mezzo, Milán, 2009.

CAUCCI VON SAUCKEN, Paolo Giuseppe. Vita e senso del pellegrino di Santiago, en Paolo Giuseppe Caucci von Saucken (ed.), Santiago. **L'Europa del Pellegrinaggio**, Jaca Book: Milán, 1993, pp. 91-113.

DURAND, G. **Le strutture antropologiche dell'immaginario**. Introduzione all'archetipologia generale, Dedalo, Bari, 2009.

ELIADE, Mircea. **Il mito dell'eterno ritorno**, Borla, Roma, 2010.

FAMIGLIA CRISTIANA S. A., **Roma-Santiago, pellegrini nei secoli**, en «Famiglia Cristiana». Disponível em: <<http://www.famigliacristiana.it/articolo/roma-santiago-il-pellegrinaggio-in-una-mostra.aspx>>. Edizioni Sanpaolo, Roma, 15/09/2012. Acesso em: 2 de set. de 2013.

GAI, Lucia. La *Francigena* e il Cammino italiano, en Paolo Giuseppe Caucci von Saucken (ed.), **Santiago. L'Europa del Pellegrinaggio**, Jaca Book, Milán, pp. 219-237, 1993.

INFERNO. ALIGHIERI, Dante. **La Divina Commedia. Inferno**. Umberto Bosco y Giovanni Reggio (eds.), Le Monnier, Florencia, 1985.

JUNG, Carl Gustav. **Arquetipos e inconsciente colectivo**, Trotta, Madrid, 2010.

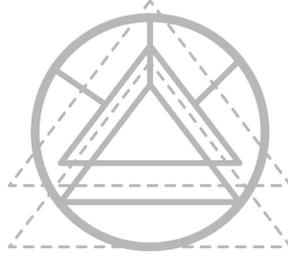
LE GOFF, Jacques. **L'immaginario medievale**, Laterza, Bari, 1991.

VARELA-PORTAS DE ORDUÑA, Juan. **Introducción a la semántica de la Divina Comedia**. Teoría y análisis del símil. La Discreta, Madrid, 2002.

VIDA NOVA. Alighieri, Dante. **Vita Nuova, en Le Opere di Dante**, Michele Barbi (ed.), Società Dantesca Italiana, Florencia, 1960. Disponível em: <<http://www.danteonline.it/italiano/opere.asp?idope=5&idlang=OR>>. Acesso em: 2 de set. de 2013.

ESCRITÓRIO DE ACOLHIDA DE PEREGRINOS. Disponível em: <<https://www.facebook.com/pages/Oficina-de-Acogida-al-peregrino/280455268685559?fref=ts>>. Acesso em 2 de set. de 2013.

FEDERAÇÃO ESPANHOLA DE ASSOCIAÇÕES DE AMIGOS DO CAMINHO DE SANTIAGO. Disponível em: <<http://www.caminosantiago.org/cppe-grino/prensa/verprensa.asp?PrensaID=8322>>. Acesso em 2 de set. de 2013.



MITO Y TRASCENDENCIA

JOSÉ MANUEL LOSADA GOYA

Elemento fundamental del mito es su referencialidad a una trascendencia, dimensión particularmente problemática en la literatura contemporánea.

NOCIÓN Y TIPOLOGÍA DE LA TRASCENDENCIA

Más que en otros tiempos, hoy es sumamente arduo comprender la trascendencia. Cualquier persona está dispuesta a conceder valor a determinados actos y objetos, pero solo la persona trascendente les otorga un valor intrínseco autónomo (ELIADE, *Le Mythe de l'éternel retour*, 1969, p. 14). El hombre mítico es trascendente por antonomasia: considera que determinados actos y determinadas cosas participan, de alguna manera, de una realidad que los trasciende y les confiere un sentido sagrado.

1 Doutor em Literatura pela Universidade de Sorbonne, foi professor visitante na Universidade de Harvard, membro do SCR da Universidade de Oxford (St. John's College) e professor visitante no Universidade de Montreal. Ministrou palestras e seminários em mais de 20 universidades americanas e europeias. Desde 1992, é professor da Universidade Complutense de Madri. E-mail: jlosada@ucm.es. Página: <http://josemanuellosada.es>

Trasciende quien sube arriba (*trans-scando*). No tiene por qué oponerse a quien se queda dentro, de manera inmanente (*im-maneo*): ninguna de las acciones implica una situación estática, propia de las ideologías trascendentalista e inmanentista. En las ideologías prevalecen las vísceras sobre la razón. Toda ideología tiene una carga de irracionalidad. Cualquier ideólogo, cualquier inteligencia dependiente de una ideología topa con serios problemas para alcanzar el sentido de la trascendencia.

La problemática de la trascendencia no acaba aquí. En el pensamiento occidental se ha llegado a negar toda inteligibilidad a la trascendencia. Frente a Gadamer, que considera que el arte escapa a toda explicación, Bourdieu sostiene su carácter cognoscible y, por tanto, afirma, no trascendente (*Les règles de l'art*, 1998, p. 11); la trascendencia para este filósofo coincide con una mera ilusión. Frente a Jaspers, que se funda en el fracaso del conocimiento del universo para mostrar el ser de la trascendencia, Camus asegura que la inexplicabilidad del mundo invalida cualquier defensa de la trascendencia (*Le Mythe de Sisyphe*, 1942, p. 53). Aunque se instalen en perspectivas distintas, tanto Bourdieu como Camus retoman la opinión de Spinoza según la cual toda dimensión trascendental es puramente irracional.

Todas las maneras de subir más allá – de trascender – se resumen en las siguientes:

1. Trascendencia ontológica: afirma la existencia de realidades que superan los datos fácticos de la experiencia empírica. Queda al margen de la literatura y no será objeto de nuestro estudio.

2. Trascendencia gnoseológica:

a) Existencialista: sostiene la reducción a la inmanencia de otro ser por uno que, consiguientemente, se convierte en sujeto trascendente. Esta trascendencia no afecta tanto a personajes como a autores que llevan el marchamo del existencialismo filosófico. Como veremos, mantienen con la trascendencia una relación compleja.

b) Gnoseológica propiamente dicha: afirma la posibilidad de conocer realidades distintas de nuestra conciencia y sus represen-

taciones. El hombre mítico, la mujer mítica son nuclearmente, osadamente trascendentes: aceptan sin ambages esta trascendencia.

Dentro de esta tipología caben los matices: muchos textos mitológicos – que recurren a los mitos – son antimíticos o, más precisamente, antimíticos: propugnan la falacia del mito. En *Don Juan ou la mort qui fait le trottoir*, de Montherlant, el héroe desenvaina y amenaza a la estatua del comendador; de inmediato el jefe del carnaval, presa del miedo, deja caer la cabeza de cartón con que se cubría y pide clemencia a Don Juan, que exclama entre risas: “Ah! ah! Ya sabía yo que no hay espectros. No hay nada fantástico: lo fantástico es la realidad” (a. III, esc. 7). Precisamente un personaje mítico, Don Juan, rechaza la existencia de seres extraordinarios o fantásticos. Una desmitificación en toda regla.

Las combinaciones son numerosas. Una clasificación basada en ejemplos del mito de Don Juan da una idea:

a) personajes míticos trascendentes – que afirman la trascendencia – en textos míticos – con intervención de la trascendencia - (*Don Juan en El burlador de Sevilla* atribuido a Tirso de Molina).

b) personajes míticos inmanentes – que niegan la trascendencia – en textos míticos (Don Juan en la obra homónima de Molière o el arriba mentado de Montherlant).

c) personajes míticos inmanentes en textos de la tradición mítica y, sin embargo, desmitificados, es decir, que se han tornado inmanentes (Don Juan en la obra homónima de Lenau).

LA TRASCENDENCIA GNOSEOLÓGICA EXISTENCIALISTA

Estas corrientes de pensamiento son naturalmente antimíticas. Sin embargo, se ven abocadas a recurrir al mito. El modo como lo hacen es sumamente ejemplar para mostrar tanto las nuevas formas de la trascendencia contemporánea como la indestructible ligazón existente entre trascendencia y mito.

VITALISMOS EXISTENCIALISTAS Y MITO

Schopenhauer asienta una “verdad *a priori*”: el mundo es por un lado enteramente representación y por otro enteramente voluntad. Frente al logicismo de Descartes y al psicologismo de Berkeley, el filósofo de Danzig sostiene (como fruto de su familiaridad con la sabiduría hindú) que el conocimiento de la materia no es esencialmente independiente de la percepción mental: existencia y perceptibilidad son términos intercambiables. Al idealismo trascendental de Kant (distinción entre fenómeno y cosa “en sí”, esto es, incapacidad de conocer las cosas según lo que son en sí mismas), Schopenhauer añade un paso crucial: el fenómeno es el mundo como representación y la cosa “en sí” es la voluntad. Esta filosofía (pensamiento que se representa la vida y voluntad que se apega a ella) no implica propiamente una dimensión mítica, pero la posibilita. Porque reintroduce la vida de manera extraordinaria. Mediante el vitalismo material, ya sea en forma de biología o en forma de voluntad, la vida vuelve a estar ahí, con independencia del pensamiento. La imaginación mítica pone el resto.

El mito necesita un componente material; el pensamiento solo puede trascender lo que está puesto ahí delante. El mito se desenvuelve cómodamente en esa tensión entre trascendencia e inmanencia. Toda representación de la vida, aun cuando sea engaño, como en la filosofía de Schopenhauer, presupone un pensamiento que se distancia de la vida misma, la trasciende. *Tristan und Isolde* de Wagner es un reflejo - una trascendencia - de la voluntad, es decir, de una lucha ciega, destructora e insatisfecha, sin sentido ni objetivo, protagonizada por la naturaleza y la vida: aquí sí cabe el mito.

Nietzsche lo comprendió de manera soberana y lo aplicó a su particular visión de la estética. Forma parte del acervo común su exposición del origen de las artes en *El nacimiento de la tragedia*. Dos divinidades artísticas de los griegos, Apolo y Dionisio, son los representantes vivientes e intuitivos de los dos mundos artísticos: el primero es el genio transfigurador del principio de indi-

viduación, el segundo es su destructor. La antítesis entre el dios del arte plástico y el dios del arte musical pone de manifiesto que este último arte no es reflejo de ninguna apariencia, como lo es aquel (el arte apolíneo es el arte de las formas), sino reflejo inmediato de la voluntad misma. Frente a la universalidad dionisiaca (placer desenfadado conducente a la autoaniquilación), la magia apolínea (imagen, concepto, doctrina ética, excitación simpática) provoca una ilusión en el hombre, que se imagina captar con el pensamiento el núcleo vital contenido en las imágenes del mundo.

Nietzsche había comprendido a Schopenhauer y a Wagner. Así se lo hizo saber el músico en una carta en la que confiaba al filósofo que su *Nacimiento de la tragedia* era el único texto que expresaba en palabras lo que él componía en notas. El héroe Tristán, en otro momento esclavizado por el mundo de la caballería cortesana (mundo racional y figurativo, de la luz apolínea), trasciende más allá de los velos de estas apariencias vanas y se entrega al amor mortífero (mundo irracional no figurativo, de la oscuridad dionisiaca). Opuesta al vitalismo del mundo (fuerza dionisiaca), la fuerza apolínea engaña a Tristán que, moribundo en su lecho, recibe el anuncio de la llegada de Isolda y se imagina a sí mismo despertándose del sueño. Pero, al igual que en el duelo (cuando Tristán se abalanza a pecho descubierto contra el traidor Melot), el desengaño feliz le invade y provoca un éxtasis que le devuelve al único sueño, a la muerte en unión con su amada Isolda.

SARTRE: *LES MOUCHES*

Ya en el siglo XX francés, el existencialismo de etiqueta, en la estela de estos vitalismos existencialistas y con ayuda de la fenomenología, introduce un nuevo sentido a la trascendencia. Retomando la célebre tesis de Husserl (toda conciencia es conciencia de algo), Sartre deduce que no hay conciencia que no sea *posición* de un objeto trascendente, es decir, que toda conciencia carece de contenido. Téngase en cuenta su concepción degradante de la imaginación, así como su rechazo a toda ilusión de inmanencia,

esa costumbre capciosa según la cual pensamos en el espacio en términos espaciales, como si las imágenes estuvieran en nuestra conciencia y los objetos de las imágenes en las imágenes mismas. Esto explica la alergia de Sartre al mito y a la literatura en general.

De modo que la conciencia tiende a salir de sí, a relacionarse con lo que no es ella, a trascender el fenómeno al que dirige su atención, sustancia inmanente que en ese momento deja de ser en-sí y pasa a ser para-sí. En este proceso de aniquilación del ser entra en juego la temporalidad de la conciencia, que puede entonces dirigirse más allá del presente, esto es, hacia el pasado que ya no existe y hacia el futuro que aún no es. La trascendencia supone salir de la inmanencia, dirigirse a un tiempo distinto del presente, apuntar hacia un objeto exterior; supone, en definitiva, que la conciencia salga de sí misma: se trascienda. Esta gnoseología no puede emparentarse con los mitos.

Sin embargo, este pensamiento también es fuente de un humanismo y una ética. Frente a la opacidad inexplicable del mundo, la conciencia trascendente (plenitud de ser sin causa propia y, simultáneamente, causa de su propio modo de ser) se enfrenta dialécticamente con la nada. El ser de la conciencia que trasciende el mundo capta la contingencia de este mundo y se pregunta: ¿por qué hay entes, y no más bien nada? Pregunta redundante, porque según Sartre, es el mismo hombre el que hace surgir y desplegarse la nada en el mundo.

En coherencia con el pensamiento existencialista, la libertad (que para el filósofo no es una facultad del espíritu) no precede a la esencia del hombre, sino que la implica: ser hombre equivale a ser libre, una libertad que debe vivir en soledad. El hombre está en el mundo solo y en situación conflictiva:

a) está sin Dios (el hombre individual no realiza un concepto del entendimiento divino).

b) está en lucha contra los demás debido al yugo de la penuria, a la carencia universal de bienes (Sartre es un acérrimo defensor de la praxis marxista).

Solitario y tenso en el mundo, el hombre se encuentra conde-

nado a vivir su propia libertad frente a la ajena: “El infierno son los demás” (*Huis clos*, esc. 5).

Surge entonces la angustia humana, es decir, la horrorosa conciencia de ser cada uno su propio porvenir, su proyecto.

En este panorama sí cabe hablar de mito. No porque Sartre acepte una trascendencia sobrenatural, sino porque la salida necesaria de la propia inmanencia para *poner* el objeto trascendente en el mundo obliga a la conciencia a tomar conciencia de su situación en el mundo: conciencia como pura existencia en libertad. Esta convicción sumerge a cada ser humano en su propia angustia vital, que debe asumir en continuo estado de rebelión contra el absurdo. La angustia me parece el mayor nexo de unión entre el existencialismo fenomenológico sartriano y la mitología.

Valga el ejemplo de Clitemnestra y Orestes. Merece la pena exponer la situación de origen detalladamente porque será la base para el comentario mitocrítico de cuatro textos: *Les Mouches* de Sartre, *Le Deuxième Sexe* de Simone de Beauvoir, *Clytemnestre ou le crime* de Marguerite Yourcenar y *Apologie pour Clytemnestre* de Simone Bertière.

Durante la guerra de Troya, Clitemnestra se enamora de Egisto, que se convierte en el nuevo amo de Micenas. Ambos maquinan y ejecutan el asesinato de Agamemnon, del que la reina había concebido cuatro hijos: Ifigenia, Electra, Crisótemis y Orestes. En la tragedia *Electra* de Sófocles, Crisótemis relata a su hermana Electra el sueño que ha tenido Clitemnestra:

Se dice que ha visto a tu padre y el mío, vuelto de nuevo a la luz; después, habiendo aparecido en la morada, apoderarse del cetro que llevaba en otro tiempo y que lleva ahora Egisto y hundirlo en tierra, y que entonces un elevado ramo germinó y salió de él, y que toda la tierra de Micenas fue cubierta por su sombra. (<http://ficus.pntic.mec.es/~jmas0085/sofocles.htm>)

¡Es el anuncio del regreso de Orestes! El hijo, exiliado en su niñez, ha crecido, ha viajado hasta la tierra de Táuride, donde ha encontrado a su hermana Ifigenia, de donde regresa con ánimo de

vengar la muerte de su padre Agamenón. La reina, transida por la visión verdadera que le llega desde el sueño - el mundo trascendente -, teme la llegada del hijo. La conversación que entabla con su hija Electra es esclarecedora:

CLITEMNESTRA

¿No puedes ahorrarme tus clamores y dejarme tranquilamente sacrificar a los dioses, pues que te he permitido decirlo todo?

ELECTRA

Lo permito, lo quiero así; sacrifica, y no acuses a mi boca, porque no diré nada más.

CLITEMNESTRA

Tú, esclava, que estás aquí, trae esas ofrendas de frutos de toda especie, para que yo haga a este rey votos que disipen los terrores de que estoy turbada. Oye, Febo tutelar, mi plegaria oculta. [...] ¡Si la visión que se me ha aparecido esta noche me anuncia cosas felices, realízalas, rey Licio! Si son funestas, desvíalas sobre mis enemigos. Si ellos me tienden asechanzas, no permitas que me arrebaten mis riquezas, sino concédeme vivir, siempre sana y salva, poseyendo el cetro y la morada de los átridas, gozando de un feliz destino en medio de mis amigos y de aquellos de mis hijos que ahora me rodean, que no me aborrecen y no me desean el mal.

Electra ha sido reducida a una esclava del contubernio entre Clitemnestra y Egisto. Su dedicación a labores exclusivamente materiales la separa de cualquier relevancia en la nueva familia. Por su parte, Clitemnestra no oculta su responsabilidad. Su oposición a la hija expresa el desgarramiento de la institución familiar provocado por el adulterio, el conflicto entre ella y el difunto rey, entre ella y su hijo Orestes... Clitemnestra asume su adulterio y su regicidio, reconoce su temor, que espera ahuyentar gracias al dios Apolo.

En *Les Mouches* de Sartre (1943) encontramos una remodela-

ción del mito. La ciudad de Argos debe expiar el crimen cometido por Egisto y Clitemnestra: está infestada de moscas cuya molestia simboliza el remordimiento que persigue a todos los habitantes, vestidos de luto en signo de duelo y aflicción. Quince años después del regicidio, Orestes vuelve, de incógnito, a su ciudad natal. Su hermana Electra lo presenta bajo nombre falso a su madre, que no le reconoce:

ELECTRE, *vivement*

C'est un Corinthien du nom de Philèbe. Il voyage.

CLYTEMNESTRE

Philèbe? Ah!

ELECTRE

Vous sembleriez craindre un autre nom?

CLYTEMNESTRE

Craindre? Si j'ai gagné quelque chose à me perdre, c'est que je ne peux plus rien craindre. (a. I, esc. 5)

La distancia que separa el personaje del texto griego del personaje del texto francés es considerable. En este no hay sueño revelador, no hay trascendencia tradicional. Una simple noticia, un rostro desconocido y Clitemnestra se estremece. La hija se percata del temor de la madre.

El personaje auténticamente existencialista, antimítico, es Orestes. Durante la ceremonia en conmemoración del asesinato de Agamenón, designada para el arrepentimiento universal (los muertos salen supuestamente de sus tumbas e invaden la ciudad), Egisto desbarata el conato de rebelión protagonizado por Electra. En el templo, Orestes mata al rey y a la reina, provoca el espanto de su hermana y es presa de las Erinias, divinidades nefastas que persiguen a los asesinos. Igual que su madre, Orestes sufre la angustia del hombre solitario, de la mujer solitaria. Frente a ella, representa el advenimiento de la libertad que desafía a la tiranía y la religión fundada en el terror. Acabar con el terror no es un crimen, sino una

obligación del hombre que lucha por su libertad (“Yo soy mi libertad”, a. III, esc. 2), aun a costa del precio que debe pagar: el acoso de las Erinias por un acto criminal bueno (a. II, esc. 8).

Situación desesperante y angustiada que no cabe ignorar sino aceptar con todas sus consecuencias. Orestes es un hombre lúcido y comprometido que acepta su profunda responsabilidad frente al mundo y la humanidad.

Esta no es la trascendencia sobrenatural o divina, referente habitual del mito antiguo, pero es la única trascendencia que admite el existencialismo: salir de la inmanencia del sujeto, entrar en el objeto (trascender el mundo) para negar la trascendencia sobrenatural.

SIMONE DE BEAUVOIR: *LE DEUXIÈME SEXE*

Esta escritora aplica el planteamiento de la trascendencia existencialista al feminismo. Según la autora de *Le Deuxième Sexe* (1949), cualquier sujeto que desea justificar su existencia la experimenta como una necesidad indefinida de trascenderse, de ahí que se coloque a sí mismo como una trascendencia a través de proyectos concretos: se trasciende cuando alcanza y sobrepasa, de modo permanente, una serie de libertades. Si claudica conscientemente, comete una falta moral, si es oprimido, se siente frustrado; en cualquier caso, se aliena, cae de la trascendencia en la inmanencia. Es lo que ha ocurrido tradicionalmente con la mujer:

...ce qui définit d'une manière singulière la situation de la femme, c'est que, étant comme tout être humain, une liberté autonome, elle se découvre et se choisit dans un monde où les hommes lui imposent de s'assumer comme l'Autre : on prétend la figer en objet, et la vouer à l'immanence, puisque sa transcendance sera perpétuellement transcendée par une autre conscience essentielle et souveraine (BEAUVOIR, 1976, p. 33-34).

Esta conciencia esencial y soberana es la del hombre, que se realiza proyectando sobre la conciencia de la mujer su poder y sus objetivos. Solo así se realiza a sí mismo “como ser existente”.

afirmandose “como único sujeto soberano”, poseyendo a la mujer como en propiedad, sometiéndola a la esclavitud. La mujer siempre será el Otro para el hombre, no puede existir sino alienada... , a menos que haya hombres de actitud auténticamente moral, que renuncien a ser para asumir su existencia, que renuncien a toda posesión de la mujer.

Salvo raras excepciones, no cabe el caso contrario: el hombre poseído por la mujer, sometido, esclavizado socialmente por ella. El hombre no puede ser el Otro para la mujer. Dado que ella no se afirma como sujeto, dice Beauvoir, la mujer no ha creado el mito viril en el que se reflejen sus proyectos; sin religión, literatura, economía y cultura propias, la mujer solo sueña a través de los sueños del hombre.

Aparentemente, en esta trascendencia existencialista tampoco hay lugar para mitos.

La realidad es distinta. Cada vez que la trascendencia de la mujer cae en la inmanencia, su existencia se degrada (pasa del “para sí” al “en sí”, de conciencia a objeto de conciencia pensado por el hombre). En el terreno psicológico, esto se traduce en un engaño: el hombre embauca a la mujer, o ella misma se deja embaucar, y su libertad es mistificada. Según Beauvoir, nacen entonces los “mitos” de la mujer.

Algunos ejemplos:

a) el mito de la feminidad devoradora, de la mujer fatal, reflejado en la mantis religiosa: tras la ovulación, la hembra asesina al macho, prefigurando así el sueño femenino de la castración, complejo originado por el complejo de Edipo.

b) el mito de la mujer fructífera: en las sociedades ancestrales, se considera a la mujer capaz de hacer brotar frutos y espigas en los campos sembrados, por eso el hombre le confía los trabajos agrícolas.

c) el mito de Cenicienta: incapaz de poder acceder, mediante el desarrollo de sus capacidades, a una casta superior, la joven debe ser educada con vistas a un matrimonio beneficioso y esperar el advenimiento de un príncipe encantado.

d) completarían la lista otros “mitos” (así los denomina S. de Beauvoir): la madre, la suegra, la virgen, la prostituta...

Según Simone de Beauvoir, la sustitución de la filiación uterina por la agnación (sucesión vinculada a la consanguinidad masculina) es una de las mayores revoluciones psicológicas de la humanidad. Significa que la mujer es reducida a mera portadora de un ser humano cuya generación corresponde únicamente al varón. Veamos sus consecuencias.

Al igual que en el comentario sobre *Les Mouches* de Sartre, otro texto griego nos servirá de apoyo para comprender la inflexión operada por el existencialismo de Simone de Beauvoir. Las Euménides de Esquilo también aborda la estirpe de los átridas e ilustra perfectamente la transición de la filiación uterina a la agnación:

Apolo

La madre no es la engendradora del que se llama su hijo, sino la nodriza del germen recién sembrado. El que engendra es el hombre; ella, como una extranjera para un extranjero, salva el retoño, si la divinidad no lo malogra. Te voy a dar una prueba de este argumento: se puede ser padre sin una madre. Cerca tenemos un testimonio, la hija de Zeus Olímpico, que no ha sido alimentada en las tinieblas de un vientre, y, sin embargo, ninguna diosa podría dar a luz un vástago semejante. Yo, ¡oh Palas!, como en todo sé hacerlo, engrandeceré tu ciudad y tu pueblo; y he enviado este hombre al lugar de tu templo para que te sea por siempre fiel y consigas con él un nuevo aliado, diosa, así como a sus hijos, y esta alianza permanezca por siempre querida por sus descendientes.

(http://libros-be.hostei.com/_las_eumenides-esquilo.pdf)

Este hombre que Apolo defiende es precisamente Orestes, que acude al dios suplicando justicia: él se ha limitado a derramar la sangre de su madre, asesina de su padre. Apolo proclama que la mujer es solo materia, que la razón del movimiento proviene del esperma, que el principio de la vida reside en el hombre y que solo

a él puede atribuírsele la posteridad. Por lo tanto, Orestes es hijo de Agamenón, no de Clitemnestra, mera portadora de la fuente vital. La intervención del dios solar reordena el universo, desbaratado por el caos femenino que la reina ha provocado. Queda así sancionada la relegación de la mujer a la simple procreación y a las tareas serviles. Asistimos al paso de la sociedad matriarcal a la patriarcal. El recurso al mito reorganiza el mundo.

Simone de Beauvoir concibe el drama mítico de Esquilo como una invención interesada, una “profesión de fe” (p. 135), semejante al mito de la mujer fatal. Para alcanzar su trascendencia, el hombre (su voluntad de poder) reduce la mujer a pura inmanencia. Degradada a materia, el hombre tiene el camino expedito para dominar el mundo a expensas de la mujer. (No es preciso recordar que esta filosofía está marcada por la ideología marxista, según la cual la vida es mero reflejo de la voluntad de la clase dominante y solo se resuelve en una lucha de intereses, en una lucha de clases). Aquí no hay trascendencia ontológica sino gnoseológica: la trascendencia gnoseológica existencialista es instrumento de la conciencia masculina para despojar de toda trascendencia a la femenina.

De igual modo que en Sartre, sí puede haber mito. Más precisamente, dos mitos:

- 1º) El mito griego dramatizado por Esquilo.
- 2º) El mito de la sociedad patriarcal.

Este segundo mito no es propiamente un mito literario, sino una superchería social. Simone de Beauvoir se sirve del mito literario para explicar el mito social. La escritora recurre al mito de los átridas para mostrar la mitificación del varón en la sociedad, para denunciar la falsedad de la inmanencia de la mujer sometida a la trascendencia del hombre.

LA TRASCENDENCIA GNOSEOLÓGICA PROPIAMENTE DICHA

La trascendencia respira a pleno pulmón en los textos positi-

vamente míticos, donde el sujeto constata una realidad independiente de los procesos de conciencia existencialistas y fenomenológicos. Tres son sus señas de identidad:

1. Elemental: la trascendencia es un punto de partida, un basamento preciso para la construcción de la estructura textual. Esta trascendencia se percibe como algo natural, un dato básico.

2. Activa: la trascendencia posibilita o impide que las cosas ocurran. Cuando los dioses actúan a través de causas segundas, en última instancia reclaman la autoría de cuanto ocurre en el mundo.

3. Universal: la trascendencia es objeto de credibilidad por todos los personajes. En los textos que a continuación someteremos a estudio, la protagonista otorga a la trascendencia el estatuto de realidad incondicionada.

Estudiaremos esta trascendencia en dos obras que revisitan las desventuras de los átridas, si bien la figura principal es la tindárida Clitemnestra. Frente a los dramas anteriores, aquí la reina se rebela contra las acusaciones de que es objeto. La rehabilitación de la mujer de Agamenón proviene de antiguo. La *Odisea* evoca la virtud de la esposa y la *Ilíada* el vicio del esposo. En el *Agamenón* de Esquilo Clitemnestra vengá, en nombre de la justicia, el sacrificio de su hija Ifigenia. Con Eurípides y Séneca el conflicto entre rey y reina se interioriza: Clitemnestra concibe odio por un casamiento impuesto, rencor por la muerte de su hija Ifigenia y humillación por las múltiples infidelidades de su marido. No es de extrañar que la literatura contemporánea la haya ensalzado por razones diversas.

**MARGUERITE YOURCENAR:
*CLITEMNESTRA O EL CRIMEN***

La obra de Marguerite Yourcenar, ajena a las ideologías psicoanalítica y existencialista, anuda la ligazón entre mito y trascendencia. *La Nouvelle Eurydice* (1931) o *Les Songes et les sorts* (1938) indagán sobre el misterio ajeno o propio respectivamente. Entre ambas obras brilla con luz propia *Feux* (1936), suerte de relatos entrecortados por aforismos y confesiones personales de la autora.

Cada uno es un botón de muestra sobre el amor total que un personaje, las más de las veces una mujer, concibe por un hombre. Todo amor absoluto es nuclearmente enfermizo: arrastra una serie interminable de riesgos, mentiras y abnegaciones que provocan escándalo entre los propios y chanza entre los extraños.

Este amor es testimonio fehaciente de una dimensión superior de la vida, por muchos reparos que admita:

Ce qui semble évident, c'est que cette notion de l'amour fou, scandaleux parfois, mais imbu néanmoins d'une sorte de vertu mystique, ne peut guère subsister qu'associée à une forme quelconque de foi en la transcendance, ne fût-ce qu'au sein de la personne humaine, et qu'une fois privé du support de valeurs métaphysiques et morales aujourd'hui dédaignées, peut-être parce que nos prédécesseurs ont abusé d'elles, l'amour fou cesse vite d'être autre chose qu'un vain jeu de miroirs ou qu'une manie triste (Prefacio, p. 21-22).

No por alejado de los valores tradicionales, el referente de este amor deja de ser real, ontológico: la trascendencia del amante y del amado. A las tres notas básicas de la trascendencia arriba mentadas se suman aquí dos más de la trascendencia contemporánea: es confusa (“una forma cualquiera”) y efímera (“deja enseguida de ser otra cosa...”).

Cada relato muestra la idolatría que los protagonistas profesan por el ser amado, a menudo exaltado con tintes divinos, mitificación que a menudo se objetiviza en una pasión abstracta, mucho más fuerte que cualquier tipo de pasión carnal o sentimental: Fedra representa el ansia de esperanza, Antígona la de justicia, Fedón el de conocimiento...

De modo semejante a los ejemplos de Sartre y Simone de Beauvoir, volveremos a los átridas, al texto que Marguerite Yourcenar dedica a Clitemnestra. En *Les Mouches*, la reina de Micenas estaba obsesionada por el poder, por su temor a perderlo. En *Le Deuxième Sexe*, rechazaba la inmanencia impuesta por el hombre. En *Clitemnestre ou le crime*, penúltimo relato de Feux, la heroína encarna la

pasión por la dignidad. Clitemnestra expropia los bienes, privilegios y atributos pertenecientes a su marido Agamenón. Como esposa, Clitemnestra debería pasar a un segundo plano (*Electra* de Eurípides: “La mujer debe acomodarse al marido en todo, al menos la que sea sensata”). Como madre, debería ocuparse de los hijos que el marido le deja en depósito antes de marchar a Troya. Muy al contrario, la reina asesina al rey y se desentiende de sus hijos.

Este crimen supone además una voluntad viril, una intención de sustituir al rey en todos los terrenos: en el gobierno del Estado, en el matrimonio, en la procreación, en la filiación, incluso en la modalidad del crimen, por venganza sangrienta, cuya ejecución la tradición griega solo confiaba al varón (*Agamenón* de Esquilo y *Electra* de Sófocles). Clitemnestra se ha instalado en el trono de Agamenón, se ha hecho con el cetro, la hija de Tíndaro se ha adueñado del hogar de los átridas, ha renegado de los hijos que le diera Agamenón y adoptado los concebidos de Egisto (*Agamenón* de Esquilo, *Electra* de Sófocles, *Electra* de Eurípides).

Todos estos entuertos a la tradición griega perpetrados por Clitemnestra reaparecen en el relato de Marguerite Yourcenar. Pero aquí son indiferentes, irrelevantes. La reina ha asesinado, usurpado, gobernado y procreado. Ninguno de estos actos la emborracha de poder ni de lujuria. A la reina no le importa la apropiación del trono, ni que sus hijos lleven el nombre de su estirpe, los tindáridas, en lugar del de su marido, los átridas. Tan solo le importa recuperar la dignidad perdida. Conducida ante los jueces (trasunto del coro griego), Clitemnestra se autodenuncia, luego procede a su alegato. Durante años ha sido educada para casarse con Agamenón, por quien ha renunciado a su juventud y sus sueños, ni siquiera ha llorado cuando su hija Ifigenia fue sacrificada: estaba locamente enamorada de Agamenón. Siguió la guerra de Troya, dos lustros de espera y, finalmente, su adulterio con el adolescente Egisto. Pero su corazón seguía amando a su esposo: cuando anunciaron su regreso ella se disponía a matar a su amante. De repente, su mirada se detuvo frente a un espejo: había envejecido y el rey solo veía en ella “una especie de cocinera obesa”. El rey apareció acompañado de su

amante turca (Casandra), único objeto de sus atenciones; apenas la miró a ella y ni siquiera reparó en que le había preparado su comida preferida. Ella le dispuso el baño, la decisión ya estaba tomada: “yo quería obligarle a morir mirándome a la cara: no lo mataba más que por eso, para forzarle a darse cuenta de que yo no era una cosa sin importancia que se puede dejar caer o dejar al primero que venga” (p. 127). Luego sobreviene la denuncia de Orestes a la policía, la cárcel, el juicio, la convicción de que pronto su cabeza rodará por el patíbulo de la plaza... Ella conoce de antemano su destino: esperar eternamente el regreso de su marido y acogerle cuando vuelva acompañado de su amante turca...

Clitemnestra toma libremente la decisión de matar a su marido, aun a sabiendas de las nefastas consecuencias que el crimen le deparará. Aquí no hay amor entre la reina y Egisto, ni siquiera ambición de poder, de suplantar al rey ausente. En el trasfondo del asesinato subyace su amor enloquecido por Agamenón. Pero el espejo le ha revelado su inesperada vejez y la heroína se siente profundamente humillada. No soporta la posibilidad de desagradar a su marido y, despechada de celos, lo mata. Con la muerte de Agamenón muere también la conciencia de la propia indignidad.

Aquí surge, con fuerza inusitada, la trascendencia elemental, activa y universal. Desde ese momento, Clitemnestra recibe las visitas insistentes de su marido en su celda. Ella había pensado que los muertos quedaban en paz, pero constata su presencia real en el mundo de los vivos. Nada hay más trascendente que la vida de un muerto.

SIMONE BERTIÈRE: *APOLOGIE POUR CLYTEMNESTRE*

Las obras de Marguerite Yourcenar y de Simone Bertière coinciden básicamente: ambas van en descargo de la protagonista. La *Apologie pour Clytemnestre* (2004) es un desmentido, más absoluto aún, de todos los cargos que se le imputan: ella no ha matado a Agamenón por deseo de lujuria o ambición de poder, ni siquiera por humillación o celos. Es una madre que venga la muerte de su hija.

Clitemnestra es un carácter eminentemente racional: desconfía de la magia y los augurios. Frente a la superstición de los griegos, que “imputaban contrariedades y desgracias a la intervención maliciosa de fuerzas exteriores” (p. 33), ella afirma su libertad y su autonomía.

Mas esta racionalidad no está reñida con la trascendencia. En el repaso que hace de los antepasados de su marido, recuerda la maldición del escudero Myrtilos contra Pélopos y toda su descendencia, y precisa que todo ocurrió “según las formas sacramentales” (p. 92), señalando así que los dioses quedaban estrechamente comprometidos. La trascendencia se revela, una vez más, elemental, universal y tremendamente activa:

Une malédiction, c'est dangereux. Ça vit d'une vie autonome. Une fois prononcé, ça ne se rattrape pas. C'est sournois. Ça court - pas forcément en droite ligne -, ça ricoche, ça rebondit, ça somnole parfois et ça feint de lâcher prise, mais en réalité ça couve, pour mieux revenir à la charge (p. 92-93).

Cabría pensar que esta maldición fuera un eximente del rey de los aqueos. Si la diosa Artemisa exige el sacrificio de la hija mayor, Agamenón queda exonerado de toda culpa. Pero la reina no atiende a consideraciones políticas, sino a las exigencias de una madre que reprocha al padre por matar a su hija para recuperar a otra mujer, la viciosa Elena, por una pretendida causa nacional. Ni siquiera repara ante la dimensión religiosa: poco le importa que “la diosa exiga el sacrificio de su hija mayor” (p. 147), según revela el adivino Calchas. Se entrecruzan, por tanto, tres dimensiones de la persona, la política, la religiosa y la familiar. Clitemnestra incrimina al marido por privilegiar la primera, menosprecia la segunda y opta decididamente por la tercera.

En este contexto, Clitemnestra, la mujer viril, mata a Agamenón con la ayuda, relativa, de Egisto. Lo hace a sabiendas de que los dioses no permitirán que su crimen quede impune. Esta decisión realza aún más el temple de la reina, dispuesta a arrostrar todas las consecuencias de su acto libérrimo.

Toda esta historia desemboca en un juicio de Clitemnestra – y de Orestes, asesino vengador de Agamenón – ante los dioses del Olimpo. Es decir, la serie de crímenes de sangre y venganzas acarreados por la maldición de Myrtilos es sustituida por la implantación de la justicia según el beneplácito de los olímpicos. Es la lección que la difunta Mélaena descubre finalmente a Clitemnestra: “Zeus [...] deseaba sustraer el castigo de los crímenes de sangre a las familias para confiárselo a los tribunales” (p. 305).

Asistimos así a la evolución hacia una sociedad más justa, a la sustitución del derecho ancestral por el derecho racional. No deja de ser curioso que esta implantación del derecho, tal y como lo conocemos en las sociedades modernas, haya sido una manipulación del dios supremo. Ironías de la trascendencia mítica.

Ni Sartre ni Simone de Beauvoir son escritores interesados por la mitología. *Les Mouches* es un drama existencialista profundamente antimitológico: Orestes se declara un hombre sin Dios. *Le Deuxième Sexe* no retiene de los mitos sino su componente social, que se revela altamente mistificadora. Sin un Dios previo al hombre, difícilmente puede sostenerse una naturaleza humana mítica. El caso del personaje de Marguerite Yourcenar y Simone Bertièrre es netamente opuesto. Clitemnestra se defiende y recusa su culpabilidad precisamente porque está convencida de la realidad trascendente de la acusación. El desacuerdo formal con el beneplácito de los dioses se convierte en la mayor prueba de su trascendencia.

REFERÊNCIAS

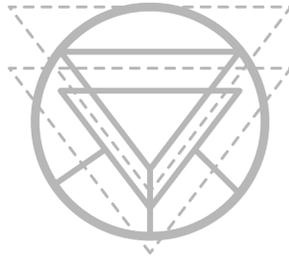
ALEXANDRE-BERGUES, Pascale. “**Clytemnestre**”, **Dictionnaire des mythes féminins**. Dir. Pierre Brunel, París: Éditions du Rocher, 2002.

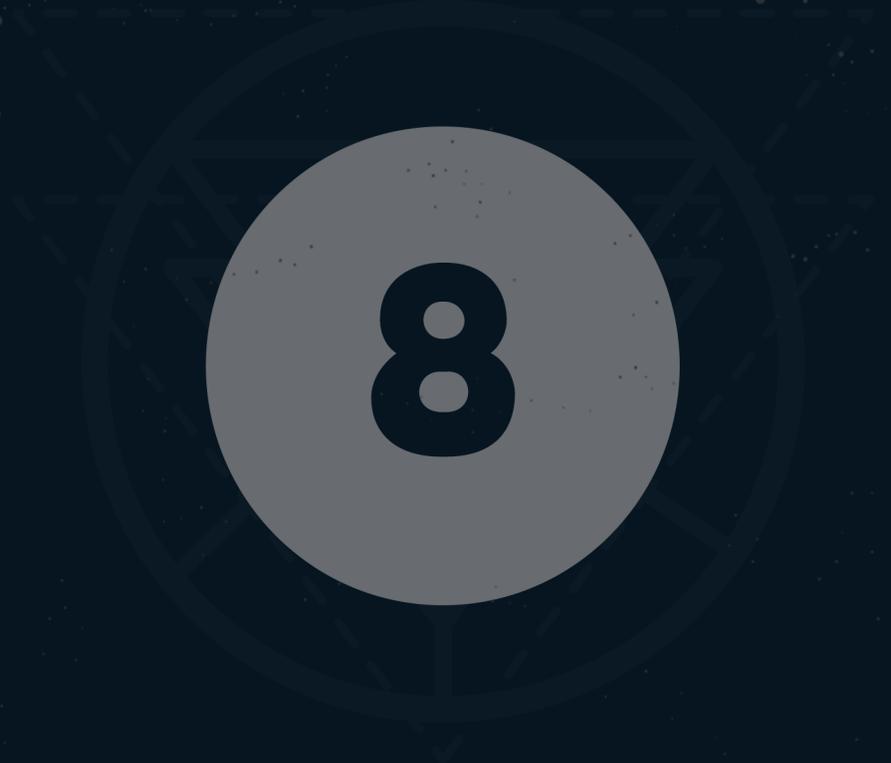
BEAUVOIR, Simone de. **Le Deuxième Sexe**. París: Gallimard, “Folio Essais”, 1949/1976.

BERTIÈRE, Simone. **Apologie pour Clytemnestre**. París: éd. de Fallois, “Livres de Poche”, 2004.

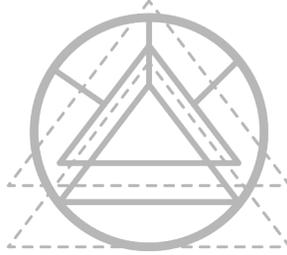
BOURDIEU, Pierre. **Les Règles de l’art. Genèse et structure du champ littéraire**. París: Éditions du Seuil, “Essais”, 1998.

- CAMUS, Albert. **Le Mythe de Sisyphe**. París: Gallimard, “Folio Essais”, 1942.
- ELÍADE, Mircea. **Le Mythe de l'éternel retour**. Archétypes et répétition. París: Gallimard, “Idées”, nueva ed., 1969.
- FREGE, Gottlob. **Ensayos de semántica y filosofía de la lógica**. Ed. Luis M. Valdés Villanueva: Madrid, Tecnos, 1998. (“Sobre sentido y referencia”).
- GARCÍA MORENTE, Manuel. **Lecciones preliminares de filosofía (1938)**. Madrid: Encuentro, “Filosofía”, 2000. (“La estética trascendental”).
- HUSSERL, Edmund. **Investigaciones lógicas**. Trad. Manuel García Morente y José Gaos (1929). Madrid: Alianza Editorial, “Ensayo”, 1999, t. I. (“Expresión y significación”).
- JAKOBSON, Roman. **Language in Literature**. ed. Krystyna Pomorska and Stephen Rudy, Cambridge, MA and London, The Belknap Press of Harvard University Press, 1987. (“Linguistics and Poetics”, 1958).
- LLANO, Alejandro. **Gnoseología**. Pamplona: EUNSA, “Iniciación Filosófica”, 2003 (1983). (“Idealismo y realismo”).
- MONTHERLANT. **Don Juan ou la mort qui fait le trottoir**.
- NIETZSCHE, Friedrich. **El nacimiento de la tragedia, o Grecia y el pesimismo**. Ed. Andrés Sánchez Pascual. Madrid: Alianza Editorial, “El libro de bolsillo”, 1973. (Cap. 16).
- SARTRE, Jean-Paul. **L'Imaginaire**. Psychologie phénoménologique de l'imagination. París: Gallimard, “Idées”, 1940. (“Le Certain”).
- _____. **Huis clos**. suivi de Les Mouches. París: Gallimard, “Folio”, 1947.
- _____. **El ser y la nada**. Trad. Juan Valmar. Obras completas. Madrid: Aguilar, “Biblioteca de autores modernos”, 1982, t. III.
- _____. **L'Existentialisme est un humanisme**. éd. Arlette Elkaim-Sartre. París: Gallimard, « Folio Essais », 1996.
- SCHOPENHAUER, Arthur. **El mundo como voluntad y representación**. Ed. Roberto R. Aramayo. Madrid: Círculo de Lectores / Fondo de Cultura Económica de España, 2003, t. I. (“El mundo como representación” y “Crítica a la filosofía kantiana”).
- VERNANT, Jean-Pierre. **Œuvres. Religions, rationalités, politique**. París: Éditions du Seuil, 2007, t. I. (“Hestia-Hermès. Sur l'expression religieuse de l'espace et du mouvement chez les Grecs”).
- YOURCENAR, Marguerite. **Feux**. París: Gallimard, “L'imaginaire”, 1974.





8



**“QUANDO O LADRÃO SE TORNA SANTO E
O BANQUETE AJUDA A ESQUECER
A TRISTEZA...”
RITUAIS PERFORMÁTICOS,
A QUESTÃO DA IDENTIDADE E
A PRESERVAÇÃO DA CULTURA ¹**

TADEUSZ LEWICKI ²

As inquestionáveis raízes religiosas do teatro têm estimulado, nos últimos anos, algumas novas pesquisas no campo dos estudos interdisciplinares sobre antropologia teatral, estudos performáticos, teologia litúrgica e estudos de comunicação³. Ritos e rituais, ambos bem conhecidos e as novas descobertas, são investigados

¹ Título original: «*When the thief becomes saint and the banquet helps forget the sorrow...*». *Performative rituals, the quest for identity and the preservation of culture*. Trad.: Janiclei Mendonça.

² Doutor pela Universidade de Durham, Reino Unido. Desde 1996 ministra cursos de teatro, semiótica e performance studies Diederich Distinguished Scholar na Universidade de Marquette, em Milwaukee (Wisconsin, EUA). Professor Visitante na Universidade de Malta, colaborador e consultor para vários grupos de teatro educacional e social em centros de formação de teatro para professores na Polônia e Itália. Atualmente, docente da Faculdade de Ciência da Comunicação Social, Universidade Pontifícia Salesiana – Roma. E-mail: tadek@unisal.it

³ Este processo é claramente visível na composição do mais recente livro popular da história do teatro, por exemplo, Wickham, G. **Uma História do Teatro**. Oxford, Phaidon Press Ltd, 1985; BROCKETT, O. G. **História do Teatro**. Newton (Mass.), Allyn & Bacon 1987; BROWN, J. Russel (ed.), **A história ilustrada do Teatro de Oxford**. Oxford, Oxford University Press 1995.

novamente. No passado, especialmente por volta da metade do século XX, pesquisas eram realizadas, principalmente, por meio do ponto de vista de estudos literários ou por meio da perspectiva antropológica e/ou sociológica. Dessa maneira, alguns estudos clássicos em teologia popular, em história do teatro e em estudos folclóricos também devem ser lembrados. O aumento dos estudos de performance, com suas opções para comunicação, ampliaram o horizonte de investigação.

Minha descoberta sobre ritos dramatizados, que se deu graças às pesquisas de estudantes sobre esse objeto de estudo⁴, propiciou o desenvolvimento da análise interdisciplinar de ritos e rituais ao longo das linhas de comunicação. Assim, o estudo dá atenção especial à identificação e preservação das funções cultural, social e educativa que caracterizam o relacionamento entre pessoas e grupos de origem aos quais elas pertencem.

Nesse sentido, irei descrever dois rituais: um antigo chamado “Gayyasa” o qual tem origem na tradição litúrgica Caldeia para Semana Santa e o “Bócadu”, o mais recente ritual da Quarta-feira de Cinza conhecido e celebrado nas ilhas de São Tomé e Príncipe. Essas análises (incompletas, mas comprometidas com o ponto de vista dos estudos sobre performance e comunicação) auxiliarão no entendimento da questão humana para identificação com sua própria cultura religiosa ainda que por meio da transgressão que a performance teatral pode oferecer. Por um lado há um problema que concerne a perda das raízes que são frequentemente redescobertas por meio de rituais dramatizados, enquanto que por outro lado há a possibilidade de observar o desejo da preservação de elementos básicos da tradição cultural religiosa, especialmente no extremo contexto sócio-político.

A conclusão do meu artigo trata sobre a práxis educacional do teatro comunitário. A abordagem dos estudos performáticos auxiliará a conhecer melhor os valores da dramatização, rituais performáticos preservados na vida da comunidade durante sécu-

⁴ Sou muito grato ao Fadiaa - F. Na'aum (Matlub) e ao Leonel Pereira, graduado na Faculdade de Estudos de Comunicação Social, Universidade Pontifícia Salesiana. Eles dividiram comigo a paixão pelo teatro e seu amor pela sua tradição dramática litúrgica.

los. Isso auxiliará a avaliar a vital contribuição recebida por meio do teatro comunitário na comunicação religiosa, ambos dentro e fora da própria comunidade.

No decorrer do trabalho serão utilizadas algumas palavras-chave em seus significados amplamente conhecidos. Algumas questões que serão desenvolvidas ressoarão em pesquisas conhecidas sobre performance e estudos teatrais. Ao invés de usar o termo “rito” é preferida a palavra “ritual” que enfatiza os aspectos performativos e de atuação. “Ritual” enfatiza a ação e algo mais que vai além do rito, que abrange o contexto, propriedades humanas e amplia o litúrgico no meio popular, folclórico e práxis para-litúrgica. O termo “rituais performáticos” preocupa-se com a consciência do ato ritual por ambos, artistas e espectadores. O termo “performance” é utilizado aqui principalmente em seu significado dramático e teatral, enquanto atuação consciente do homem, com base em um cenário roteiro de frente a audiência a qual espera que algo aconteça.

A hipótese que guia a análise dos dois rituais performáticos apresenta uma natureza tripartida: primeiramente, os rituais dramatizados, baseados em fundo religioso, suposições e textos são meios que auxiliam na questão da identidade cultural, religiosa e tribal daqueles membros da comunidade em situação extrema que sentem forte necessidade por esses rituais. Segundo, a função dos rituais performáticos enquanto preservação da cultura também de uma forma conservadora. E por fim, o processo de tornar os rituais tradicionais mais públicos devido à radiodifusão e/ou televisão os torna mais pobres e vulneráveis a perda de seu lugar de importância na vida cultural e religiosa da comunidade.

O CAMPO DE INVESTIGAÇÃO E O EXEMPLO DE SCHECHNER

O exemplo da pesquisa de Richard Schechner publicada em *The Future of Ritual: Writings on Culture and Performance* fornece estímulos e ferramentas metodológicas para diferentes abordagens

sobre rituais. Schecner é um reconhecido pioneiro e principal pesquisador no campo da antropologia teatral e teoria de performance.

No capítulo intitulado “Waehma: espaço, tempo, identidade e teatro em New Pascua, Arizona”, Schcner descreve e analisa a dramatização performática da celebração da Páscoa pela tribo Yaqui⁵. Ele enfatiza o papel especial dos espaços performáticos como preservados apenas pelo povo Yaqui e especialmente por todos envolvidos representação sacra. A limitação dos lugares é a primeira expressão da busca por suas identidades. A compreensão do tempo dentro de toda celebração da Páscoa dramatizada é algo muito particular. A celebração evoca suas lutas para a sobrevivência de sua história. A narração teatral da história é a conhecida Paixão de Cristo, mas a performance Yaqui não é para visitantes ou estrangeiros, mas restrita a eles mesmos. Essa performance serve como reforço para suas relações interiores, como uma lição em sua história repleta de perseguição, traição e morte. Todo ano a mesma história é dramatizada. Embora o Yaqui conheça bem a história, o objetivo e significado da performance é ir além da narração. Ela trabalha de maneira fundamental, cultural, religiosa e histórica para eles. Não há atores profissionais. Eles seguem o roteiro tradicional que é passado para eles por seus ancestrais. Contudo, há um comum esforço comunitário para reviver a Paixão como o padrão de sua própria história.

Os rituais “Gayyasa” e o “Bócadu”, embora de diferentes tempos e culturas, ambos possuem configuração similar em suas buscas de identidade, para preservação de seus temas fundamentais e valores da história de seu povo. É o drama, teatro e processo performático que são escolhidos como veículos a fim de investigar suas características em comum e para entender as mudanças mediadas em suas religiões e culturas.

5 A tribo Yaqui vem do norte do México, mas durante o século XIX eles foram perseguidos, deportados para a península de Yucatán e alguns deles fugiram para a fronteira do Arizona. Veja SCHECNER, *O Futuro do ritual*, 94-130.

“GAYYASA” E O PROCESSO DE IDENTIFICAÇÃO RELIGIOSA

“Gayyasa” representa geralmente o dramático acompanhamento na Liturgia Páscoa Vigil da Igreja Caldeia⁶. Como forma literária ela pertence a um grupo muito antigo de poema dialogado chamado “tenzon”, o qual significa “debate, diálogo, troca de opiniões”. Há muitos tipos de “tenzon” desde formas narrativas simples sem nenhum enredo dramático (*madrashé*, *mermra* – narrativa poética, às vezes dialógica, *memra* – versos em homilia) ao *soghyatha* em versos alternados, com a narração e o enredo dramático envolvendo os heróis da história. Geralmente é realizado como uma canção com versos repetitivos. Essa antiga forma literária na liturgia, *soghitha*, era geralmente a homilia dialogada. Era bem desenvolvida em igrejas de tradição síria e caldeia. A *soghitha* apresenta algumas características básicas: tem uma estrutura fechada que consiste em uma pequena introdução; os diálogos longos são divididos em *stanzas* e termina em uma pequena conclusão; a métrica dos versos constitui-se em 7 + 7 sílabas; o conteúdo é uma disputa de valores ou uma disputa persuasiva; é baseada em eventos bíblicos e realizada em contexto litúrgico.

De acordo com a tradição, a criação do texto chamado “Gayyasa” data do século V e a versão mais antiga foi escrita por Narsai (399-502), o Pai Sírio da Igreja. Uma versão similar foi encontrada na homilia de Jacó de Sarugh (451-521) e nos versos compostos por Romanos, o Melódico de Bizâncio (morto em 555/556), mas de origem síria. A primeira narração do diálogo entre o querubim e o bom ladrão é inserida no evangelho apócrifo por Nicodemos. A fundação Gospel é o fragmento em Lucas, 23, 39-43. Tradicionalmente, há um consenso que o primeiro poema sobre a história do Bom Ladrão foi escrita pelo Diácono Efrém (Ca. 306-373) e seus textos inspiraram Narsai.

⁶ De acordo com as fontes, essa representação poderia ser realizada também em qualquer outro dia após o Domingo de Páscoa, especialmente na segunda-feira de Páscoa até quinta-feira após a Páscoa; Em alguns lugares “Gayyasa”, previamente solicitado e pago (!) foi realizado também durante a Santa Missa celebrada em um aniversário de morte.

É interessante observar que “Gayyasa” nasceu na época da conhecida batalha contra o teatro e espetáculo travada especialmente por alguns notórios Pais da Igreja, como João Crisóstomo (Século IV) e o já mencionado Jacó de Sarugh. Os historiadores do teatro, com base nas famosas homilias contra o teatro/espetáculo, tendem a enfatizar que a razão para o feroz debate sobre esse tipo de teatro foi porque ele era visto como epígono do clássico teatro grego e romano. Os focos da condenação dos pais eram como se segue: o circo, com o desrespeito pelos valores do corpo humano e vida; o teatro mímico, com sua baixa moralidade e os jogos teatrais devotos a divindades pagãs⁷.

“Gayyasa” – A História do Bom Ladrão ou A História do Ladrão Arrepentido é uma pequena parte do teatro litúrgico das igrejas orientais. Ainda é realizada nas comunidades Cristãs, Católicas e Caldeias no Iraque e entre os emigrantes iraquianos em diásporas espalhadas pelo mundo todo. A Semana Santa na liturgia Síria e Caldeia em sua estrutura tradicional e conteúdos data dos séculos IV e V. Iniciando no Domingo de Ramos, todos os dias da Semana Santa têm uma *soghitha* diferente, baseada no evento Bíblico, conforme a tabela a seguir.

Tabela 1: Celebrações da Semana Santa

Dia	Leituras	Cerimônias (Ritos) Soghitha (Homilia Dialógica)
Domingo de Ramos (tarde)	- Mt 25: 1-13 (parábola das dez virgens)	Chegada ao porto Igreja e Sinagoga
Segunda-feira Santa	- Mt 20: 17-28 (Anúncio da Paixão).	Caim e Abel
Terça-feira Santa	- Mt 24-25 (Ensino escatológico de Jesus).	Abraão e Isaac
Quarta-feira Santa	- Mt 26: 3-16 (a decisão dos judeus em traír Jesus).	

⁷ Ver DOGLIO, F. *Teatro in Europa*, vol. 1. Milano, Garzanti 1982, 36-40; PASQUATO, O. *Gli spettacoli* in s. Giovanni Crisostomo: *paganesimo e cristianesimo ad Antiochia e Costantinopoli nel IV secolo*, in *Orientalia Christiana Analecta* 201 (1976).

Doce Quinta-feira	- Mt 26: 17-30 (a última Ceia). - Mc 14: 1-26 (durante a segunda massa)	Consagração dos Santos Óleos Lavagem dos pés Satanás e a mulher culpada
Boa Sexta-feira	- a narração da Paixão dividida em oito partes	Adoração de Santa Cruz O Sepulcro Os Dois Ladrões
Sábado Santo e Vigília de Páscoa	- Mt 27: 62-66 (A narração da deposição ao sepulcro)	A Reconciliação A purificação do altar O bom ladrão eo querubim

Fonte: o autor

SÍNTESE DA REPRESENTAÇÃO “GAYYASA”

O momento anterior a proclamação do Evangelho da Ressurreição preenche com viva expectativa os fiéis reunidos na igreja. O padre e os servidores do altar estão tomando seus lugares e sentando. A representação sacra é geralmente realizada por dois jovens do sexo masculino. Em algumas versões eles são referidos como diáconos. O primeiro, que interpreta a parte do anjo, está vestido em um cândido manto branco (alva). Ele escala o *Qestroma*, o primeiro grande degrau que simboliza o paraíso terrestre através do qual é o acesso para o Santuário, o símbolo do Céu. Ele segura em sua mão um longo caniço no qual doze pedaços de pavios encerados foram atados em diferentes alturas. Eles estão acesos em uma das duas extremidades. O efeito visual dessas hastes flamejantes é incomum na escuridão da igreja e altamente sugestiva para a audiência. Essa lança de fogo realmente representa a “espada flamejante” a qual a Bíblia se refere quando o primeiro casal humano é banido do Paraíso devido ao pecado original. O querubim com a espada reluzente guarda a árvore da vida. (Gênesis - 3, 24)

O jovem/diácono que representa o bom ladrão toma sua posição no Bema, ou na região entre o corredor da igreja e a Bema, perto dos púlpitos para as leituras e assentos do coro. Essa parte levantada da igreja simboliza a Jerusalém terrestre. Daqui ele avança em direção a *Qestroma*, em direção ao Paraíso enquanto segura escondido em sua manga uma pequena cruz. Ele esta

vestindo marrom, cinza ou roupas sujas, mas embaixo delas ele também veste a alva. Enquanto isso, o coro começa a cantar os versos introdutórios da canção que irá se transformar no diálogo entre os dois jovens/diáconos. Por volta de vinte minutos eles se vivem em palavras, gestos plebeus e avanços e retiradas alternadas. Algumas cenas provocam aplausos e risos devido às suas vivas e cômicas atuações. Após todos os argumentos serem ditos, o segundo jovem que é realmente o bom ladrão tira a pequena cruz de sua manga e a mostra para o anjo. Este último, reconhecendo o sinal da Paixão de Cristo faz uma pequena reverência. Então eles sobem juntos os degraus do Qestroma em direção ao altar. As roupas sujas do bom ladrão são retiradas e ambos os jovens/diáconos são vistos em seus mantos brancos no altar, com o acompanhamento do coro que canta a conclusão de “Gayyasa”.

O TEXTO DE “GAYYASA”

Como mencionado acima, a forma literária do texto é uma *soghita* (poema dialogado). A composição em versos que são cantados como se entoasse um salmo em linguagem siríaca durante a apresentação inclui 51 estrofes de quatro versos de sete sílabas cada; 7 estrofes constituem o prelúdio e 44 estrofes o diálogo. No entanto, o texto que é realmente encenado (me refiro sobre a versão mais popular em Mosul, a antiga Nineveh), é reduzida a 29 estrofes, sendo 5 estrofes para o coro e 24 para a disputa. Essa redução foi feita, provavelmente, porque a representação toma lugar durante a Vigília de Páscoa da Massa a qual toma quase 2 horas. A instrução pastoral aconselha que não se deve prolongar a celebração do Sábado Santo desproporcionalmente.

O coral inicia com uma introdução narrando o diálogo entre o ladrão e o Rei durante a crucificação. Às orações do ladrão o Senhor responde: “Do momento que você me reconheceu, já nesse mesmo dia você estará no Jardim do Éden. Em verdade, irmão, você não está longe do reino ao qual você está destinado.” O Senhor então envia o ladrão com a cruz como um sinal, uma

chave ao Jardim, então Adam pode reentrar. Jesus dá ao ladrão um documento que é selado como uma missiva vinda do palácio real (*stanzas* 1-4). O ladrão vai em direção ao Paraíso, mas o anjo o interrompe e agarra o ladrão a porta, parando-o com sua espada (*stanza* 5).

Após essa introdução, segue-se o diálogo entre o anjo e o ladrão (*stanzas* 6-21), o qual se inicia com a pergunta do anjo: “Diga-me, oh homem, quem te enviou, o que você esta procurando e como você chegou aqui?” (*stanza* 6).

O ladrão responde que foi o Senhor do anjo quem lhe deu o documento selado em seu sangue. O diálogo é prolongado, uma vez que o anjo não é facilmente persuadido a acreditar nas respostas do ladrão. Finalmente, mostrando desesperadamente a cruz, o ladrão convence o anjo a deixá-lo entrar no Paradise. (*stanza* 21)

A última parte da “Gayyasa”, (*stanzas* 22-24) é a conclusão que é cantada pelo coro. As palavras são de coragem, esperança e alegria, pois Adam retornou ao lugar o qual ele foi moldado e onde ele cometeu o pecado: hoje a salvação foi completada, quando termina o papel do querubim.

ESTRUTURA DRAMÁTICA E ELEMENTOS DO TEATRO DE “GAYYASA”

Uma vez que meu objetivo é analisar a “Gayyasa” pela perspectiva dos estudos performáticos, eu desejo sondar a estrutura dramática, ou, nos termos de Vladimir Propp (1988), a sequência dramática da história junto com alguns elementos teatrais presentes ambos no texto e na performance litúrgica. O significado teológico de “Gayyasa” poderia ser encontrada em muitas pesquisas devotas as homilias de Jacob de Sarugh e/ou em outros Pais Orientais da Igreja⁸.

O drama “Gayyasa” segue três estágios:

Início: o narrador (coro) descreve o evento da crucificação

⁸ Ver GLENTHØJ, J. B. A Cruz e o Paraíso – o ladrão e o querubim em diálogo, in K. JEPPESEN, K; NIELSEN, K. e ROSENDAL, B. (orgs.). **Nos últimos dias:** no apocalipse judeu e cristão e seu período. Aarhus, Aarhus University Press 1994, 60-77; SONY, B. **Seleção de Homilias de Jacques de Saroug:** traduções do siríaco pela primeira vez em árabe, vol. V. Roma, 2002.

e como Jesus promete o Paraíso para o bom ladrão. O querubim faz guarda a borda/porta do Paraíso; o ladrão chega e pede por permissão, pois tem o direito de entrar porque Cristo, durante a crucificação, prometeu a ele o Paraíso.

Crise: o querubim não permite o ladrão a entrar no Paraíso; o ladrão apresenta uma série de argumentos no intuito de convencer o querubim a deixá-lo entrar. Mas, devido o querubim ter recebido uma ordem de Deus de não permitir a entrada de nenhum humano, ele consequentemente não acredita que o ladrão poderia ter sido permitido a entrar.

Clímax: o conflito se desenvolve até que o ladrão mostra a crucifixo para o querubim; esse é o conflito que trata sobre mudança, porque o ladrão, até esse momento, tem sido firmemente rejeitado pelo anjo.

Solução: o caráter de Cristo é (segundo Propp) o caráter mágico que comanda o ladrão a informar o querubim que é Ele quem o envia para o Paraíso e é quem lhe deu o documento e seu crucifixo como sinais da verdade/prova. O ladrão tira do seu manto o crucifixo e o mostra ao querubim, que aceita isso como uma prova e deixa sua espada ao chão, assim permitindo o ladrão a entrar no Paraíso.

Final calmo: ambos, o ladrão e o querubim entram juntos no Paraíso.

A “Gayyasa” conserva as clássicas três unidades Aristotélicas do drama: a unidade do tempo – estamos testemunhando um evento apenas e sem qualquer corte; a unidade da ação – após a curta e contextual introdução pelo coro, há apenas uma ação ocorrendo entre o querubim e o bom ladrão; a unidade do espaço – ambos os heróis estão atuando a frente da porta do Paraíso.

O espaço é interessante do ponto de vista da co-participação da audiência que é um dos aspectos fundamentais na abordagem dos estudos de performance. Em primeiro lugar, o espaço da performance da “Gayyasa” é condicionado pelos componentes arquitetônicos da igreja oriental e seu papel na liturgia⁹. O coro, alguns

⁹ A performance de “Gayyasa” nesta análise de caso em particular tem ocorrido na igreja caldéia em Mosul dedicado ao mártir Miskinta, “Al-Shahida Miskinta”, uma das mais antigas igrejas da cidade.

servidores do altar e a audiência ocupam lugares específicos (bem delimitados) designados para seus papéis na liturgia. Os dois atores principais, o querubim e o ladrão, tem seus lugares delegados no decorrer da performance, com exceção do movimento causado pelas suas atuações. O lugar ocupado por eles que é em frente ao *Qestroma* e o primeiro degrau que conduz a ele, muda seu significado comum transformando-se no limiar do Paraíso. Durante a performance esse lugares, assim com todo o espaço da igreja, são apenas restritos ao querubim e ao bom ladrão.

“BÓCADU” E A TENTATIVA DE PRESERVAÇÃO POR MEIO DA IDENTIFICAÇÃO TRIBAL E RE-CONFIRMAÇÃO DOS MEMBROS

As origens das culturas nas ilhas de São Tomé e Príncipe datam do século 16 com o início do tratado de escravidão e colonização das ilhas pelos portugueses. Os marinheiros portugueses descobriram as ilhas em 1470 – 1471. No decorrer dos próximos séculos, as ilhas se tornaram um território de armazenamento de escravos destinados às plantações brasileiras. In suma, poder-se-ia dizer que a população dessas ilhas foi criada como resultado de uma mistura das tribos locais, habitantes africanos capturados e que foram deixados para trás devido doenças e colonizadores portugueses. Desde o início da história colonial, a igreja católica romana esteve presente nessa cultura com sua herança barroca tão característica da matriz colonial. A luta pela independência começa no início dos anos 1960. Em 1975, a República Democrática de São Tomé e Príncipe foi estabelecida.

O RITUAL “BÓCADU” COM A CULTURA *FORRO*

As culturas locais são comumente chamadas de cultura do *forro*. *Forro* não é apenas uma linguagem Crioula baseada no Português, mas também música, dança e um estilo de vida dos habitantes. O termo originado no local, remete a uma prática para nomear crianças nascidas de pais portugueses e mães africanas,

livres da escravidão, ainda não completamente consideradas cidadãs portuguesas. O grupo social *forro* foi criado também devido às cartas reais que renderam alguns grupos de escravos livres no decorrer dos séculos.

O ritual “bócadu” pretence estritamente a cultura *forro*. É celebrado/encenado na noite de Quarta-feira de Cinzas, o primeiro dia da Quaresma. Nesse dia, todos os membros da *forro* estão prontos pela manhã para celebrar o ritual “bócadu”. Primeiramente, eles vão para a igreja onde recebem a imposição das cinzas e a Sagrada Comunhão. Tendo retornado para suas casas, eles iniciam as preparações para celebrar o ritual em suas famílias. Eles começam pela preparação do *cálu*, uma especial comida chamada “bócadu”, um prato tradicional, então as bebidas e outros elementos que serão bons para substituir as Cinzas Cristãs e a Eucaristia Sacramentada. Historicamente, as raízes do “bócadu” precisa ser pesquisada na mistura de ritos de tribos africanas juntos com a imposição do Cristianismo, costumes católicos. É uma cerimônia que une todos os membros do *forro*, também aqueles que deixaram suas origens (frequentemente aqueles que deixaram a cidade) ou escolherem viver como imigrantes.

A religiosidade particular do povo *forro* é expresso nesse ritual que é sincrético, mas permite a liberdade e sobrevivência do *forro*. O “bócadu” tem todas as características do rito de iniciação dos membros da tribo/comunidade. Consiste essencialmente na recepção da primeira colher de *cálu* diretamente na boca pela mão da matriarca ou pelo membro mais velho do clã. “Bócadu” significa a participação no consumo de comida e bebida especiais e ritualisticamente preparados com todo o corpo e mente, cantando, dançando e desfrutando uma noite muito especial juntos.

A CORPOREIDADE E A COMIDA E A COMIDA EM “BÓCADU”

Uma das características do povo *forro* é sua fisicalidade, vitalidade corpórea. Suas condições físicas demonstram seu trabalho

e sua saúde. Seu símbolo para isso é estar gordo. Essa é a medida excelente na vida. Simboliza riqueza, paz, beleza, saúde e futuro. Esses fatores contam mais que qualidades da inteligência. Por essa razão é fácil entender que o povo *forro*, quando pretendem influenciar alguém, mostram sua linguagem corporal e gestos do *ngué ôdô*, dos fatos. A ação do povo *forro* é físico e barulhento, com uma risada. Em “bócadu” esses elementos estão presentes.

O *cálu*, comida do “bócadu” é uma mistura de várias plantas, pedaços de carne e especiarias.

Picar as folhas todas e em pedaços pequenos (opcional moer ou amarrar e deixar cozer para depois pisar). Preparar o peixe (galinha, pato ou porco fumado) à parte; cozer bem as folhas com fruta-pão descascada em pedaços grandes, com pau de pimenta e óssame, óleo de palma e deixar cozer bem. Ajuntar o peixe, tomate, cebola, beringela, maquêquê, quiabo e deixar cozer “muito bem” (cerca de 3 horas ou mais); tirar a fruta e deixar a panela a cozer bem; adicionar água ao gosto; pisar bem a fruta e meter novamente na panela e deixar cozer até dissolver completamente. Adicionar tempero, malagueta (opcional) e caldo. Adicionar folha de mosquito. Não esquecer do sal. Come-se com banana cozida e pisada (angú), com arroz ou/e farinha de mandioca. (ROCHA BRITO, 2005. Disponível em: <<http://uk.groups.yahoo.com/group/saotome/message/10850>>. Acesso em 24 de abr. de 2005.)

É cozido por muitas horas e com um cuidado especial. Durante as refeições normais, o povo *forro* bebe água pura, mas o “bócadu” representa uma ocasião especial na qual a bebida alcoólica de palmeira, chamada “vimpema”, é servida. Essa bebida estimula a digestão, alivia a sede e, claro, garante o bom humor.

O *cálu* é acompanhado por *angu*, o qual é uma massa consistente de banana, cozido previamente e triturado, moído no *ôdô* (um pilão de madeira).

A CELEBRAÇÃO “BÓCADU”

Ao entardecer, quando tudo esta pronto, a família vai para a casa da matriarca, isto é, para a casa da mulher mais velha da família ou clã. Todos os membros da grande “kinté” chegam à casa da matriarca quando o sol começa a se pôr. No crepúsculo todos os novos membros são apresentados por ordem de casamento ou nascimento. A convivência inicia com esse ritual de apresentação dos novos membros os quais são inclusos definitivamente na família. Esse ritual de reconhecimento de experiências tem a função de estabelecer relacionamentos e coesão entre os membros da família.

Todos os envolvidos vão para o local onde o ritual será realizado. Os panos brancos especiais (como folhas) são estendidos no chão do quintal ou em uma grande sala e algumas vezes a bananeira tem o papel de cabeceira da mesa. Os potes cheios de *cálu* são colocados na cabeça dessa mesa na qual a matriarca também coloca a cruz de *angu*. Todo o clã que se juntou ao redor desse espaço ritualístico esta pronto para começar o “bócadu”. O ritual é iniciado com uma oração Cristã improvisada pela matriarca e repetida pelos membros presentes. Após, a matriarca toma uma colher especial que no ritual corresponde ao cálice de onde todos irão receber uma colher de *cálu*. No momento central do ritual, o membro mais velho do clã aproxima-se do presidente e recebe a comida em silêncio e ajoelhada. Então, em ordem decrescente de nascimento, todos se dirigem a centro do local para receber seu/sua próprio(a) *calú*. Esse momento representa o começo dos tempos austros que corresponde aos quarenta dias de sacrifício e jejum da igreja católica.

Os colonizadores católicos não desconfiaram este ritual por parecer inofensivo na aparência e semelhança com o rito cristão. Nenhum estranho, nenhum visitante é admitido nessa cerimônia que é profundamente cristã e pagã ao mesmo tempo. Em sua profundidade, a cerimônia é um reforço das relações familiares e um retorno às raízes da religião africana. Nesse ritual estão presentes todos os elementos da iniciação: os novos membros são introdu-

zidos na família por meio de um processo especial de apresentação das novas esposas e maridos.

A cerimônia de bênçãos e desejos se encaminha para o fim do ritual “bócadu”. A matriarca ou o membro mais velho da família forma com a massa de *angu* uma cruz e a coloca na cabeça da mesa onde a massa fica toda a cerimônia. Ao fim do “bócadu” a matriarca assopra na cruz e a corta em pedaços posicionando-os nos quatro pontos cardinais do espaço e invoca, simultaneamente, a bênção de Deus para a família. Logo após, uma oração de suplicação é feita para os espíritos malignos para que, dessa maneira, eles não causem dano à família.

Segurando nas mãos os pedaços da cruz de *angu*, a matriarca reza a oração pela família. Após ter distribuído os pedaços de *angu* ela então implora as bênçãos de Deus para a prosperidade, saúde, bem estar, entendimento familiar e muita felicidade. O *angu* é cuidadosamente colocado em um prato com *cálu* e bebida que significa os espíritos dos parentes falecidos. Os ancestrais estão concretamente presentes na vida do clã e da família. A esperança é que recebendo esse tipo de favores e presentes eles vão certamente proteger a família.

Após o último membro ter recebido o “bócadu”, segue-se o banquete festivo da comida e bebida bem preparadas. Contudo, como se trata do início do período de Quaresma, há uma variedade de peixes e nenhum prato com carne. O aspecto profundamente pagão desse ritual reside nessa rica cerimônia do comer e beber. A cerimônia é considerada altamente religiosa, ainda que rompa com os preceitos da igreja católica em relação à Quarta-Feira de Cinzas.

“BÓCADU”: ENTRE O SAGRADO E A TRANSGRESSÃO

O “bócadu” pretence a esses rituais santomeses os quais são praticados por todas as famílias do “Kinté, um clã. Trata-se de uma unidade de regulação social com algumas conseqüências significativas para a vida de cada família. A transmissão da cultura é hereditária e todas as famílias e seus membros singulares são

obrigados a obedecer as regras tradicionais. É óbvio que tais rituais criam comunidade por meio da preservação e da consolidação do relacionamento entre os membros. Através da participação no ritual o nível de identificação aumenta e o indivíduo do clã conquista um bom nível de segurança. O medo do isolamento o conduz a encontrar apoio na comunidade.

O “bócadu” é celebrado no primeiro dia da Quaresma, após o Carnaval, deixando para trás os devaneios, o excesso e os desvios das regras. Pode-se dizer que o “bócadu” é um ritual para pôr a família em ordem, permitindo uma atenção especial aos membros mais velhos. O ritual também apela à unidade, pois todos os membros da família são convidados a ficar com o resto do grande clã “Kinté”.

Em alguns aspectos, o climax do ritual “bócadu” é um momento sagrado e respeitoso de comunhão na qual a hierarquia tradicional da família é omitida e todos os membros se tornam iguais. Há um momento estabelecido por uma regra especial para essa cerimônia particular. O protagonista central de toda a cerimônia é o membro mais velho da família (ou a matriarca) que comanda o ritual e confere um especial significado político e social ao “Kinté”. Ele/ela garante a autenticidade do ritual e articula decisões comuns com a tradição. O respeito que compete aos mais velhos no sistema de classes de idade é descrito como um modelo típico de gerontocracia nesse tipo de sociedade.

O povo *forro*, após receber o “bócadu” e desfrutar dos prazeres da comida e bebida começam a cantar. Ao final do ritual, o membro mais velho entoava canções que tem significados explicitamente sexuais (“naca de coconja”), frequentemente incompreensíveis pelos membros mais jovens do clã. Em alguns casos, as famílias cantam e dançam o “*sêsêsêmba*” imitando com o corpo e gestos a intimidade das relações sexuais.

A MEDIAÇÃO DO RITUAL E AS CONSEQUÊNCIAS OBSERVADAS

Mediação é um termo recorrente nas recentes pesquisas em comunicação. Este não é o lugar para desenhar uma análise exaustiva sobre esse termo, mas como proposta geral, não há limites para o que ocorre quando um evento sofre o processo de transmissão ou registro para mais difusão e consumo. Mediação pode ser entendido simplesmente como um produto (algo mediado pelo uso por uma determinada mídia) ou enquanto um processo significa perpetuar no tempo a transmissão do evento e sua percepção pela audiência com um retorno perceptível. Independentemente de outra mídia, vou limitar minha observação final a dois produtos os quais nossos dois rituais, “Gayyasa” e “Bócadu”, estão sujeitas em suas realizações.

O primeiro, o “Gayyasa”, até onde eu saiba das testemunhas, foi gravado ao vivo em uma igreja em Mosul. O vídeo foi feito no intuito de ser apresentado para comunidades iraquianas no exterior como uma memória, um testemunho da fé viva da sua tradição cristã¹⁰. Eram vídeos amadores, com edição básica, e principalmente fiéis ao desenvolvimento cronológico da performance ritual. Eu observei a reação da comunidade estudantil em Roma. Devido ao conhecimento prévio do ritual e seu relacionamento com alguns membros do público, eles aceitaram o filme. A troca de seus comentários foi intensa e eu recebi mais informações sobre o processo de preparação como também do evento em si, a atmosfera, a função social e o significado religioso. Quando o mesmo vídeo foi mostrado para estudantes cristãos de vários países, eles reagiram com curiosidade e encantamento frente a tal exemplo ancestral de performance teatral litúrgica da igreja oriental.

O ritual “Bócadu” foi transmitido pela televisão estatal nas ilhas de São Tomé e Príncipe durante o recente governo socialista. Os comentários, em geral, foram contra as origens cristãs e significação desse ritual, enfatizando o fundo primitivo do ritual e o desejo de rebelião contra a cultura religiosa opressiva. Várias vozes opositivas surgiram entre a população e o protesto contra o programa de televisão foi forte¹¹.

10 O vídeo documentário foi gravado em 19 de Abril de 1987.

11 De acordo com memórias pessoais de Leonel Pereira, incluso mais tarde em sua dissertação.

OBJETOS DE ESTUDOS DA PERFORMANCE EM “GAYYASA” E “BÓCADU”

A descrição e análise dos rituais nas páginas que se seguem nos ajudará a esboçar algumas observações gerais sobre suas regras e funções nas questões comunitárias para preservação identitária e cultural. Eu agruparei minhas conclusões sobre algumas noções básicas da teoria de performance conectadas principalmente com o campo dos estudos sobre teatro.

Em ambos os casos o conteúdo dos rituais é bem conhecido pelos respectivos membros da comunidade. Em “Gayyasa” o texto é antigo, baseado no Evangelho, não modificado através de séculos de representação. O conteúdo contido no texto escrito, pelo autor ou autores, entretanto existe também como tradição oral na cultura Cristã do Iraque e cantada pelos contadores de história. O “Bócadu” utiliza principalmente elementos bem conhecidos pelos crentes da liturgia católica com os quais são mixados com invocações tradicionais de bênçãos e proteção dos espíritos malignos. Embora não haja texto escrito, todas as palavras são conhecidas pelos adultos do clã. Geralmente, o conteúdo em ambos os casos referem-se a alguns valores básicos da comunidade, baseado no passado e na vida real. Os elementos sagrados ou santos são fundamentados por meio de histórias narradas.

O uso do espaço é característica de ambos os rituais. O usual espaço-vida é transformado para o propósito da encenação. O espaço litúrgico e arquitetônico da igreja Caldeia, tão familiar aos frequentadores, representa antes a eles o caminho em direção ao Paraíso do bom ladrão. O degrau do *Qestroma* torna-se o limiar para o Jardim da Vida. O grande hall na vila ou o espaço aberto no centro da vila torna-se um lugar para a cerimônia transgressiva do “Bócadu”. Ambos os espaços tem seus limites claros que dividem o espaço entre os encenadores do espaço destinado a participação da audiência. Para esses rituais particulares o espaço interno é sacro enquanto que os espaços externos são destinados a vida cotidiana.

O tempo nos quais os rituais são encenados são interessante-

mente diferentes em ambos os exemplos. Há uma clara distinção em “Gayyasa” entre o tempo atual e a liturgia da Vigília de Páscoa e o tempo da história sobre o Bom Ladrão. Isso vem para a audiência de um evento básico na história Cristã, embora o tempo de O Bom Ladrão já pertença a eternidade. A audiência é testemunha da vida do Ladrão após sua morte e de seu momento de salvação. O evento é evocado do passado, mas os oradores e comunidade de assistência a vida esta no presente, diante de seus olhos. O tempo em “Bócadu” é estritamente conectado a Quarta-Feria de Cinzas liturgicamente fixado, mas é simbolicamente ligado a todos os tempos – mesmo o tempo quando o povo *forro* buscava liberdade de todos os tipos de opressão, da escravidão física e das novas restrições de cultura e religião. O tempo em “Bócadu” é um tempo de liberdade de toda comunidade e para cada membro individualmente. Em ambos os casos a importância e valor simbólico do tempo são evocados na história.

Como ditto anteriormente, não há atores profissionais nem em “Gayyasa” nem no “Bócadu”. Os membros debutantes da comunidade tornam-se encenadores das histórias no intuito de servir a comunidade. Os jovens são serventes do altar que aprenderam a história dos mais velhos para que representem a montagem. Sua capacidade de transmitir o ritual é a garantia de preservação da identidade cultural no futuro. A matriarca ou o membro mais velho do clã é o guardião da ordem social. Ela/ele garante a tradição e o testemunho do passado por todo o clã. Ela/ele aceita os novos membros sem nenhuma hierarquia no clã.

A audiência em ambos os rituais é participativa. No “Bócadu” as famílias preparam comida, bebidas e o espaço para o ritual. Eles são parte ativa na comunhão comendo e bebendo. No “Gayyasa” a audiência toma parte na liturgia dramatizada da Vigília Pascoal de Massa e a representação auxilia os membros da audiência a identificar o Bom Ladrão em sua luta pelo Paraíso. Nesses rituais não há espectadores externos, nenhum estranho que poderia observar desapaixonadamente/indiferentemente. As regras podem ser diferentes, mas a participação pertence a todos na comunidade.

As linguagens utilizadas nos rituais são do meio e textos religiosos. O Aramaico é a linguagem dos eventos de fé lembrados por meio do “Gayyasa”. A linguagem do “Bócadu” se origina da herança latina dos crentes, misturado com expressões *forro* e com alguns elementos reminiscentes da religião africana. A expressão corporal é fundamental para os principais atores. Eles são codificados pelos seus gestos e são claramente reconhecidos pelos participantes. Alguns elementos coreográficos são bem estudados e realizados de maneira tradicional. Em ambos os rituais a música e as canções completam a performance.

A comunidade ecoa a performance. O ritual pertence a sua vida e não meramente ao seu passado. E o mais importante de tudo: a mensagem intencionada a ser partilhada pela comunidade alcança todos os membros.

REFERÊNCIAS

- BROCK, Sebastian. Syriac Dispute Poems: the various types, in G. J. REININK and H. L. J. VANSTIPHOUT (eds.). *Dispute Poems and Dialogues in the Ancient and Medieval Near East. Forms and Types of Literary Debates in Semitic and Related Literatures*, in **Orientalia Lovaniensia Analecta**, 42 (1992) 109.
- BROCK S. Dialogue hymns of the Syriac Churches, in **Sobornost**, 5:2 (1983), 35-45.
- BROCK, S. Dramatic Dialogue Poems, in **Orientalia Christiana Analecta** (V. 229), 135-147.
- ESSLIN, M. **The Field of Drama: How the Signs of Drama Create Meaning on Stage and Screen**. London, Methuen Drama 1987.
- NAAUM (MATLUB), Fadia. **Ritualità e dramma della Settimana Santa nelle Chiese di tradizione siriana. Analisi di due drammatizzazioni liturgiche nella Chiesa Caldea e Siro-Antiochena per una proposta catechetica**. (Tesi di licenza) Facoltà di Scienze della Comunicazione Sociale, Università Pontificia Salesiana, Roma 2002. *Pro manoscritto*.
- PEREIRA, Leonel. **O rito “Bócadu”: um caso de sobrevivência cultural das populações des S. Tomé e Príncipe**. (Tese de Licenciatura) Faculdade de Ciências das Comunicações Sociais, Universidade Pontificia Salesiana 2005. *Pro manoscritto*.

PENNACHIETTI, Fausto. **Il ladrone e il cherubino**. Dramma liturgico cristiano orientale in siriano e neoaramaico. Torino, Silvio Zamorani Editore 1993.

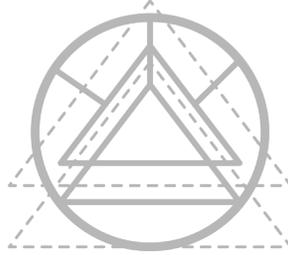
PROPP, Vladimir. **Morfologia della fiaba**. Torino, Piccola Biblioteca Einaudi 1988.

SCHECHNER, R. **Performance Theory, Revised and Expanded Edition**. New York, Routledge, 1988.

_____. **The Future of Rituals**. Writings on Culture and Performance. London and New York, Routledge, 1993.

TURNER, V. **Dal rito al teatro**. Bologna, Il Mulino, 1986.

_____. **Il processo rituale**. Brescia, Morcelliana, 1972.



FOTOGRAMAS DA PÁTRIA AUDIOVISUAL: DIVERSIDADE ÉTNICA E PROJETO NACIONAL EM DOIS CURTAS COMEMORATIVOS DO BICENTENÁRIO ARGENTINO¹

ALEJANDRA GARCIA VARGAS²

Cada geração constrói seu próprio mapa cognitivo da nação, embora o faça no seio de uma matriz herdada, articulada em torno de uma série de específicos complexos mítico-simbólicos, de sorte que os nacionalistas “redescobrem” e reinterpretam o capital ideológico nacional a partir dessa matéria prima, e segundo os requerimentos e urgências de cada conjuntura. Ramón Máiz (2003, p. 56)

1 Título original *Fotogramas de la patria audiovisual: diversidad étnica y proyecto nacional em dos cortos conmemorativos del bicentenario argentino*. Tradução: Paulo Ferracioli Silva.

2 Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Nacional de Córdoba e doutora em Comunicação pela mesma Universidade. Docente e Diretora do Departamento de Ciências da Comunicação da faculdade de Humanidades e Ciências Sociais da Universidade Nacional de Jujuy. É membro da Unidade de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Sociedade (FHyCS, UNJu), da Associação Latino Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC), e da Área Interdisciplinar de Estudos da Mulher e de Gênero (FHyCS, UNJu). Como diretora, codiretora, pesquisadora, bolsista ou técnica, participou de numerosos projetos de pesquisa e de extensão financiados por organismos nacionais e internacionais. Publicou diversos artigos e papers sobre a área de Comunicação/Cultura. E-mail: alegarciavargas@gmail.com

Em seu trabalho acerca de tópicos recorrentes no debate público argentino, baseado na coleção de “mitomanias” cotidianas no país, Grimson (2013, p. 23) indica que concebe os mitos simultaneamente “como uma explicação da realidade (uma sorte de teoria popular), como uma incitação à ação e como uma falsificação”, pelo que analisá-los permite explorar o sentido comum e construir argumentos que enriqueçam o diálogo e as políticas que envolvem a identidade.

25 olhares – 200 minutos constitui uma série de 25 filmes de oito minutos de duração cada um, que formam parte de uma construção coletiva de duzentos minutos finais destinada à comemoração do Bicentenário Nacional Argentino, celebrado em 2010, promovido pela Secretaria de Cultura da Nação junto à Universidade Nacional de Tres de Febrero. No curta de apresentação da obra coletiva, a diretora Sabrina Farji sustenta que “o cinema constrói a memória”. A frase é aplicável a qualquer filme, mas, nesse caso, esse vontade construtiva é explícita. Por isso, propomos analisar dois curtas desse projeto, que resultam em um espaço interpretativo relevante e disponível de figuras que circulam nacionalmente sobre a nação argentina, e como tal nos permitirá analisar as relações, conflitos e caracteres definidores dos repertórios que oferece para a celebração e para (re)interpretar os mitos nacionais.

De acordo com a epígrafe deste ensaio, consideramos que as comemorações nacionais produzem um desdobramento celebrativo no qual se pode observar a articulação dos complexos mítico-simbólicos que constituem o “mapa cognitivo” da nação para uma determinada geração (MÁIZ, 2003), pois os trabalhos de memória nestas instâncias informam sua dimensão de “comunidade imaginada” (ANDERSON, 2000). Entendemos que a comemoração do bicentenário da nação argentina resultou especialmente fértil para observar modificações e continuidades nas estratégias demarcadoras das identidades etnonacionais, e que essa riqueza pode ser observada especialmente nas narrativas cinematográficas.

A ligação, observada por Anderson (2000), entre o nacionalismo e os grandes sistemas culturais que o precederam (a comuni-

dade religiosa e o reino dinástico), se estabelece a partir de que, em seu apogeu, esses sistemas constituíram “marcos de referência que se tomavam como fatos, como agora ocorre com a nacionalidade” (ANDERSON, 2000, p. 30). Esses marcos interpretativos são instrumentos na construção da diferença étnica nacional. Ramón Máiz (2003) indica que cada narrativa nacionalista se tece mediante a articulação simbólica de diversos marcos interpretativos específicos e é o resultado político de uma estratégia demarcadora determinada. O autor considera que o nacionalismo implica a sobreposição de distintos dispositivos de enquadramento em um processo de sobressignificação mítico-simbólico que permitirá observar uma comunidade de origem como natural e auto-evidente. Essa estratégia inclui, entre outros elementos, um repertório estratégico vinculado aos integrantes “autênticos” da nação e quem não são e resultam alheios. No caso argentino, o Estado nacional funcionou como um “rolo compressor homogeneizante” (SEGATO, 1997, 2007) que operou, entre outros recursos, através do mito do “caldeirão de raças”. A ideia desse ‘pot’ que reúne o que é diferente na nação não é exclusiva da Argentina, mas sim o processo de “branqueamento” (ROTKER, 1999); ou europeização (ADAMO-VSKY, 2009) dos componentes desse ‘pot’, nitidamente descrito por Caggiano (2005) em relação à imigração de países limítrofes e por Briones (2008) em relação aos povos indígenas.

NÔMADE E NOVA ARGIRÓPOLIS: DUAS PEÇAS DO MOSAICO COMEMORATIVO

Os organizadores de *25 olhares – 200 minutos* apresentam essa ação comemorativa audiovisual com o termo “mosaico”, imagem que remete tanto à possibilidade de construção de uma imagem mediante a reunião de fragmentos como à completude de cada uma das peças que o constituem. A maneira de rememorar escolhida (o mosaico) toma a forma da pluralidade enunciativa. Essa aspiração a uma construção expressiva de “notórias diferenças e fracas continuidades”, própria do movimento conhecido como

Novo Cine Argentino, pode ser resumida no caráter de ruptura vinculado ao sentido de “soma de individualidades” (RICAGNO citado por PAULINELLI, 2005, p. 20) e encontra uma genealogia possível em “Histórias Breves” (1995), a obra coletiva que Paulinelli (2005, p. 15) propõe como “manifesto” desse movimento.

Para esse ensaio, como dissemos, propomos trabalhar sobre dois curtas do projeto: *Nômade*, dirigido por Pablo Trapero e *Nova Argirópolis* de Lucrecia Martel. Ambos problematizam a “etnicidade não-dominante” e através dela questionam o mito do “caldeirão de raças” (europeu) na constituição da nação argentina, através da figura do índio.

Os dois diretores dos curtas escolhidos compartilham o “ar de família” correspondente ao “novo cinema argentino”, tanto em sua vontade inicial de ruptura como formas narrativas prévias como na consciente diversidade de seus olhares. Esse “parentesco” está parcialmente vinculado a coincidências e distâncias biográficas, já quem ambos estudaram cinema, mas Trapero é um diretor nascido em San Justo, na província de Buenos Aires em 1971; e Martel uma diretora de Salta, cidade do norte da Argentina, nascida em 1966. Dentro da heterogeneidade do amplo movimento mencionado, a filmografia de ambos pode-se enquadrar nas referências a mundos e seres marginais o periféricos, ainda que com uma importante distância entre suas opções poéticas e escolhas formais. No caso de Martel, o tema das relações interétnicas no contexto periférico do Noroeste argentino (isso é, em um âmbito não metropolitano nem da região do Rio da Prata desse país) são uma referência permanente de sua filmografia. Por sua vez, as obras de Trapero mergulham nas formas de marginalidade urbana (ou conurbana) e da região do Rio da Prata.

Nômade mostra um único plano sequência que dura pouco mais de oito minutos. Essa decisão estética e técnica busca e consegue o efeito narrativo de “tempo real” da história de parte de um dia de trabalho como figurante em um filme de Tonolec, índio Toba que vive na periferia da capital (ou na região metropolitana, o curta não mostra explicitamente). O filme é falado em espanhol,

salvo o início da tomada e uma breve cena no interior da casa de Tonolec, quando se fala o idioma *toba* ou *qom*. Marca-se a etnicidade “indígena” frente ao nacional.

Nova Argirópolis, por sua vez, é composta de diversas sequências filmadas em locais abertos das províncias argentinas de Salta e Corrientes, a margem de um rio de montanha e um de planície; no interior de uma moradia com cortinas, de um escritório da Prefeitura e de um hospital; aos quais se somam fragmentos de um vídeo do *Youtube*. Essa série de sequências heterogêneas e fragmentadas reúne uma multiplicidade de atores em distintas relações de poder, em torno da metáfora dos rios que dão para o mar (mais precisamente o Rio da Prata), por um lado, e da figura da Argirópolis de Domingo Sarmiento, por outro. O trabalho com som, e especialmente o som da água, que indica um selo de autoria do cinema de Martel – é permanente. Alguns fragmentos são em espanhol e outros em “idioma”. As diferentes línguas e o correr da água formam fragmentos sonoros que em ocasiões coincidem com a imagem e em outras não, aumentando a complexidade da composição audiovisual construída completamente a partir da montagem de numerosos fragmentos. Nesse curta também se marca a etnicidade “indígena” frente à nacional.

COMPLEXOS MÍTICOS SIMBÓLICOS REFERENTES À NACIONALIDADE

Nômade trabalha explicitamente com uma cena de recreação histórica, mostrando imagens típicas de índios e soldados na abertura da obra. Referimo-nos a uma encenação estereotipada, que expressaria as imagens cristalizadas dos relatos hegemônicos da história nacional (CAGGIANO, 2012) aqueles que Smith (2003) descreve como instrumentos simbólicos de manipulação dos quais se vale uma elite dominante para representar uma versão do nacionalismo conveniente a seus interesses. No caso da apresentação da cena de “reconstrução histórica” do diálogo entre um índio Ranquel com um militar representante do Estado-nação, a

forma de apresentação dos indígenas assando o resultado de sua caça ao ar livre, descalços e com roupas de couro precariamente elaboradas, perante o oficial do exército montado a cavalo, vestido com trajes europeus e botas, se enquadra na tendência político-ideológica que Miller (1997, p. 54) denomina “nacionalismo conservador”, na qual a identidade nacional implica de forma integral lealdade à autoridade (militar e étnica). Como veremos no próximo tópico, essa cena é um encontro que joga intertextualmente com a posição que oferece o diretor.

Ao final do filme, para encerrar, a câmera se detém no céu azul e branco, em uma imagem que remete à bandeira argentina.

Nova Argirópolis, por sua vez, toma seu nome de *Argirópolis* (a obra de Domingo Faustino Sarmiento) no título para utilizá-la especificamente como elemento de sua própria reflexão.

Em ambos os curtas, as partes faladas em “idioma” não são traduzidas com legendas. Essa ausência de tradução apela à língua castelhana como idioma nacional único, mas interpela o público cinematográfico majoritário a partir da diversidade linguística do território argentino e o expõe a forma históricas estatais-nacionais de gestão da heterogeneidade humana constituinte da nossa nação.

REFERÊNCIAS A PRÁTICAS IDEOLÓGICAS E DISCURSIVAS

Como se disse no tópico anterior, *Nova Argirópolis* retoma *Argirópolis* de Domingo Faustino Sarmiento no título e na história que conta. Sarmiento publicou *Argirópolis* no Chile pela primeira vez (e sem seu nome como autor) em 1850. Nesse documento, propôs criara uma capital na ilha Martin Garcia para uma confederação que reunisse Argentina, Paraguai e Uruguais. A escolha do lugar obedecia à importância que o intelectual argentino concedia à livre navegação dos rios e a vontade de separar a capital de Buenos Aires (como fizeram os Estados Unidos em relação a Nova York). *Argirópolis* é também um documento sobre a forma federal de governo e sobre a ordem constitucional como remé-

dio para terminar com o longo processo de luta que precedeu a institucionalização do Estado nação argentino. Com essa figura, Martel retoma a dicotomia interior/Buenos Aires para a comemoração, ainda que no curta se acrescentem outros traços que a complexificam: índio/crioulo; civil/militar, idioma/língua oficial.

Entre os conflitos inerentes à construção da nação na demarcação das distintas legitimidades políticas e estéticas, além das antinomias presentes no conteúdo que se trabalham nos diálogos explicativos sobre a diversidade de povos originários que Tonolec oferece ao ator Mike Amigorena, em *Nômade* observamos também a dicotomia entre classes médias urbanas (os realizadores) e os indígenas que vivem em bairros populares e que são olhados e nomeados (construídos pelo olhar dos realizadores).

Outra prática ideológica de interesse é a planificação das diferenças e desigualdades internas dos indígenas argentinos. Aparece especialmente na dificuldade do personagem do ator do filme, Mike Amigorena, para perceber o mundo indígena que expõe Tonolec para além de uma espécie de “alteridade completa” feita de uma só peça, sem divergências nem diferenças internas entre grupos, e que figura como “exterior constitutivo” da etnicidade dominante que estrutura o etnonacionalismo.

Em *Nova Argirópolis*, por outro lado, aparece a diversidade linguística (os idiomas incompreensíveis) associada tanto ao temor da impossibilidade de traduzir e, com isso, compreender (mas também controlar), quanto a certo desconhecimento sobre os territórios provinciais dos quais podem surgir os viajantes de jangadas de garrafas plásticas que foram presos. É assim que um dos oficiais da prefeitura, no escritório, diz: “chamem a Salta, a Formoso, para que cuidem deles”. Onde pertence essa gente? A radical alteridade dos viajantes face à imagem da nação Argentina da prefeitura, como órgão militar, torna difícil para os oficiais localizá-los no espaço nacional.

É assim que, no curta de Martel, se destaca o poder militar como poder efetivo do presente, que junto com a instituição médica (o hospital) busca controlar e disciplinar o “outro” indígena.

Tanto os oficiais da prefeitura como os médicos usam uniformes específicos. No diálogo, um oficial comenta a outro de menor patente: “Pergunta de onde eles vêm, o que fazem, o que eles têm. Porque essa gente também pode estar transportando droga”. A posição dos oficiais da prefeitura e dos médicos implica a necessidade de classificar e ordenar a alteridade que não coincide com o relato do nacionalismo conservador. No mesmo sentido, se libera os índios para suas esposas somente quando os raios X indicam que estão sãos. Até então, encarnaram a figura mítica de uma subalternidade perigosa, desconhecida e incompreensível para o enquadramento interpretativo de etnicidade única vinculada ao relato fundador da nação argentina.

Também resulta de suma importância nesse curta a instituição escolar. Tanto em Iruya(Salta) onde às margens de um rio de montanha uma professora explica aos alunos da escola as bacias hidrográficas argentinas (desde o rio Iruya até desaguar no Paraná e depois no Atlântico), como no escritório da prefeitura de Corrientes, onde uma mulher adulta (provavelmente uma professora) acompanha três meninas que traduzem um vídeo do Youtube.

A educação informal, por sua vez, provém de um vídeo do Youtube, na voz e na imagem de outra mulher. Embora essa mulher explique a partir de um lugar não-formal, também se presume docente, já que tem como fundo uma grande biblioteca, ainda que fale em “idioma” e em uma língua desconhecida para os tradutores jovens ou adultos que antecederam às meninas no infrutífero intento de traduzir seu discurso (especificamente, precederam a menor das três irmãs, que foi criada pela avó e pode compreender a língua e interpretar a mensagem).

SIGNIFICAÇÕES EMERGENTES

A tradução e a tensão entre a pátria e a “mátria” mostra de que maneira a linguagem se torna um critério de controle sobre quem pertence e quem não (Butler, 2009: 66). Nesse sentido, em ambos os curtas se soma o “idioma” à língua oficial. No caso de *Nômade*,

a adição é pública, pois faz parte do roteiro, mas na película se localiza no âmbito privado do doméstico (Tonolec com seu irmão, ou seu pai, na cozinha da sua precária moradia) ou ainda do passado (a cena da recriação histórica do encontro do índio com os militares da “conquista do deserto”), reservando-se o presente e o espaço público e de relações interétnicas para a língua oficial. No caso de *Nova Argirópolis*, por sua vez, ambas as línguas (minoritária e majoritária) são parte dos fragmentos do texto que compõe o roteiro, quase com o mesmo peso, e permanecem fora da possibilidade de compreensão do público majoritário.

A mostra do artifício da recriação histórica do “sentido comum visual” (CAGGIANO, 2012) no início de *Nômade* permite a Trappero e sua equipe confrontar essas imagens míticas cristalizadas e homogeneizantes, revela-las como opressivas em sua interpretação da diversidade constitutiva da nação e propor outros significados.

Também se mostra a displicência sanitária e policial do outro-etnicamente subalterno. Nesse sentido, o tratamento do indígena como “população” e não como cidadão implica medidas particulares de tratamento diferencial para lidar com problemas que não se referem à cidadania, mas a acordos instáveis que vigem em condições de exceção (CHATARJEE, 2008). Essa divisão se mostra tanto em *Nova Argirópolis*, com o controle sanitário e policial do outro-indígena, como em *Nômade*, com a comida do bufê do filme que os realizadores doam a Tonolec. Entendemos que as diferenças no tratamento do indígena como população representam a antinomia entre o nacional homogêneo frente ao social heterogêneo, confrontação que põem em crise tanto a perspectiva etnonacionalista como a versão discursiva formal do “patriotismo constitucional” que descreve Máiz (2003) como base para a compreensão da nação, no primeiro caso, e como possibilidade formal de garantias jurídicas ao pluralismo, no segundo.

Como contraparte do gesto opressivo de disciplinamento ou da estratégia biopolítica, a educação resulta em uma prática socializadora, de transmissão e reunião intergeracional e interétnica, tanto em seu aspecto formal como informal, em *Nova Argirópolis*.

O CINEMA DENTRO DO CINEMA EM *NÔMADE*

Consideramos que a intertextualidade de *Nômade* é um elemento pós-moderno no distanciamento crítico que habilita para comemorar o bicentenário (tanto em relação à recriação histórica como no próprio lugar de quem representa e comemora, ao mostrar o artifício de virar a câmera na direção do diretor e de sua equipe). A figura de Tonolec, que acompanha quase completamente a única tomada do filme une com sua presença um percurso que parte da cena da recriação ou reconstrução histórica do século XIX na qual assume o papel indígena em relação à elite crioula representada no exército conquistador do território nacional; passa pela localização e entorno de realização do filme dentro do filme e por suas efetivas e “reais” condições de vida no bairro popular em que habita; e chega até às imagens de sua figura se perdendo no horizonte. Logo, se somará nessa única tomada a reflexão sobre a possibilidade de representar audiovisualmente sua caminhada (seu nomadismo) por patê do diretor e de sua equipe. Nos últimos quarenta e oito segundos do filme (minutos 8.07 a 8.55), a câmera gira e focaliza o diretor e a equipe técnica e se eleva, finalmente, em direção ao céu azul e branco (as cores da bandeira argentina). Esses últimos segundos da tomada única de *Nômade* mostra o cinema como recurso construtivo de sua própria capacidade de representar.

Por sua vez, os diálogos revelam a relação interétnica subalterna do projeto nacional, tanto diretamente na cena inicial de reconstrução da história do século XIX; como indiretamente no diálogo entre um índio toba conhecedor de sua língua, costumes e história que cobra um bolo por participar de um dia de filmagem e um ator de classe média um pouco confuso (que materializa na sua interação uma série de confusões de toda a equipe técnica sobre o mítico indígena argentino) no presente. Diego Battle (s/d) considera que esse curta é uma reflexão sobre o não-lugar que seguem tendo ainda hoje os índios na sociedade argentina. Pelo contrário, acreditamos que o trabalho de oposições está fortemente territorializado e indica um lugar específico (o lugar do

subalterno) para a população indígena. Essa posição se sobrepõe e se sustenta na profundidade histórica da dicotomia civilização/barbárie (já presente no Facundo de Sarmiento).

O MOVIMENTO E A TRADUÇÃO NA (RE)CONSTRUÇÃO DE QUADROS INTERPRETATIVOS PARA OUTRAS IMAGENS DA NAÇÃO

Como se depreende da análise precedente, consideramos que os curtas analisados questionam o mito do “caldeirão das raças” europeizado (ROTZER, 1999; ADAMOVSKY, 2009), mas, além disso, pensamos que outras formas de imaginar a nação a partir de dois traços principais: o movimento em *Nômade* e a tradução em *Nova Argirópolis*.

O deslocamento em *Nômade*. A capacidade de mostrar o movimento no espaço (no espaço físico, porém entendemos que essa tarefa nos permite deslocarmo-nos também no espaço social e na escolha de nomear o curta com a palavra ‘nômade’) através da técnica do único plano sequência em *Nômade* praticamente nos faz nos deslocarmos junto com Tonolec na imaginação e na sensação de movimento que provoca. Esse movimento inclui o giro final da câmera sobre a equipe de produção e dali em direção ao céu com as cores da bandeira. Interpretamos que trata-se de um duplo movimento que remete à liberdade: a ação política de caminhar (ressaltada na América Latina pelo subcomandante Marcos, entre outros e importante para as reinvidações indígenas) e a liberdade de refletir criticamente sobre o próprio direito ao olhar da “pátria audiovisual” representada no movimento da produção audiovisual argentina e em sua aposta de renovar as práticas estéticas e políticas em um sentido emancipatório. É assim que quando a câmera mostra o índio do presente na vila não o deixa fixo no passado, não o “congela” e abre a possibilidade de buscare a construção de imagens nacionais que se desenvolvem de outra maneira e em múltiplas clivagens. No mesmo sentido, quando a câmera gira e foca a equipe de pro-

dução é possível perguntar como e por que se constrói este relato nacional comemorativo como prática representativa. Dessa maneira, o movimento no espaço físico, no espaço social e no espaço interpretativo de *Nômade* oferece a possibilidade de nos perguntarmos quem somos nesses registros distintos, com consciência tanto da multiplicidade e a heterogeneidade quanto da importância de um projeto nacional que assegure condições de igualdade e liberdade para exercer nosso direito aos olhares.

O tratamento da tradução em *Nova Argirópolis* e a liberdade do murmúrio. No prólogo do diálogo entre Butler e Spivak, Eduardo Grüner (2009) descreve uma situação possível de tensão entre pátria e mátria. É assim que reconhece a posição para quem “a língua de sua pátria não é a língua materna” (GRÜNER 2009: 28). O curta de Martel expõe o problema da língua oficial (compartilhada e as outras línguas que coexistem em um território através da (im)possibilidade de tradução.

Para Butler,

[...] se o estado é o que vincula, também é claramente o que pode desvincular. E se o Estado vincula em nome da nação, tornando forçosa ainda que não poderosamente certa versão da nação, então também desvincula, solta, expulsa, desaloja. E isso nem sempre ocorre por meios emancipatórios, isso é, deixando ir ou liberando; o Estado expulsa precisamente através de um exercício de poder que depende de barreiras e prisões e desse modo supõe certa forma de reclusão. (BUTLER, SPIVAK, 2009, p. 45)

É assim que em uma casa precária, em uma cena que se mostra preparatória da partida nas balsas de garrafa, um homem diz a uma mulher, como quem recorda algo muitas vezes escutado: “Você é um tonto, é um índio ignorante. O que terá acontecido? Todos que falamos em wichi, mocoví, pilagá, todos, guarani, todos pobres, Seremos todos tontos, ignorantes?” E a mulher responde: “Você é um tonto, como chegará se não sabe nadar?” O seguinte fragmento mostra o aproveitamento de resíduos plásticos para

construir as balsas nas quais se deslocam os indígenas pelos rios que cruzam o território nacional desde a cidade andina de Iruya, passando pelo Chaco até o Paraná.

No entanto, além da opressão estatal e da negação da diferença étnica e de classe no discurso nacionalista conservador da Argentina que retoma o homem no fragmento discutido no parágrafo anterior (e que a menina pequena também menciona quando traduz o ouvido de sua irmã “indígenas e indigentes, não tenham medo de se mover, somos invisíveis), consideramos que o próprio fato da tradução realizada pela menina menor que aparece no filme implica “exercer a liberdade e afirmar a igualdade para ir além das articulações existentes” (BUTLER, 2009: 28). *Nova Argirópolis*, desse modo, embora revele uma história de opressão, abre uma pergunta em torno de novos projetos coletivos possíveis, dentro do marco do regionalismo crítico, e tece com fios antigos uma nova versão da comunidade imaginada. A menina pequena entende o discurso do vídeo que chama ao deslocamento para uma nova capital e diz a quem espera suas palavras: “Subamos às balsas, levemos ao trono a nova igualdade” (palavras que toma do hino nacional argentino, rearticulando a noção de igualdade com a ação subversiva do deslocamento pelo rio e a distanciando das interpretações liberais da geração de 80, que consideravam discursivamente a igualdade dentro de um projeto nacional baseado na invisibilização da heterogeneidade nacional). Consideramos que esse curta oferece uma possível utopia emancipatória e de melhoria das condições de existência através da educação como diálogo intergeracional e intercultural, da capitalização da herança diferencial e do projeto ordenamento político que implica percorrer o território nacional através dos rios para buscar uma ilha “que não é de ninguém” e pode ser de todos e todas.

Em suma, os curtas analisados partem de uma estratégia de enquadramento populista (MÁIZ 2003, p. 92), pois exibem com especial intensidade os conflitos de poder associados à invisibilização da subalternidade política (eticamente marcada) no mito do “caldeirão das raças” europeizado da Argentina. Ao fazer isso,

revelam a falácia do etnonacionalismo pois deixam em evidência a heterogeneidade constitutiva da nação argentina.

No entanto, vistos em conjunto e como projeto estético, *Nômade* e *Nova Argirópolis* podem ser pensados no âmbito da alternativa que Spivak denomina “regionalismo crítico” (BUTLER, SPYVAK, 2009:96) como uma inovação mitopoietica, já que como projeto intelectual estes filmes – através do movimento e da tradução – desfazem a divisão entre o filosófico e o prático ao construir uma representação nacional que pode criar solidariedade a partir de uma história (violenta) e de uma análise (dessa história e do que tem em comum) com potencial emancipatório.

REFERÊNCIAS

ADAMOVSKY, Ezequiel. **Historia de la clase media argentina, apogeo y decadencia de una ilusión 1919-2003**. Buenos Aires, Planeta, 2009.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades imaginadas**. Buenos Aires, FCE, 2000.

BATTLE, Diego. **Miradas desde el cine sobre doscientos años de historia nacional**. Disponível em: <http://www.otroscines.com/columnistas_detalle.php?idnota=4546&idsubseccion=11>. s.d

BRIONES, Claudia (Org.). **Cartografías argentinas** - políticas indigenistas y formaciones provinciales de alteridad. Buenos Aires, Antropofagia, 2008.

BUTLER, Judith y SPIVAK, Gayatri. **¿Quién le canta al Estado-Nación? Lenguaje, política, pertenencia**. Buenos Aires, Paidós. Traducción de Fermín Rodríguez, 2009.

CAGGIANO, Sergio. **Lo que no entra en el crisol: inmigración boliviana, comunicación intercultural y procesos identitarios**. Buenos Aires, Prometeo, 2005.

CAGGIANO, Sergio. **El sentido común visual: disputas en torno a género, “raza” y clase en imágenes de circulación pública**. Buenos Aires, Miño y Dávila, 2012.

CHATARJEE, Partha. **La nación en tiempo heterogéneo**. Buenos Aires, Siglo XXI, 2008.

GRIMSON, Alejandro. **Mitomanías argentinas: cómo hablamos de nosotros mismos**. Buenos Aires, Siglo XXI, 2013.

GRÜNER, Eduardo. Prólogo. Sobre el estado-bifurcación y otras perplejidades dialogantes, in BUTLER, Judit y GAYARTI, Chakravorty Spivak: **¿Quién le canta al Estado-Nación? Lenguaje, política, pertenencia**. Buenos Aires, Paidós.

MÁIZ, Ramón. “Nacionalismo y movilización política: un análisis pluridimensional de la construcción de las naciones”, en Smith, Anthony y Ramón Máiz: **Nacionalismo y movilización política**. Buenos Aires, Prometeo, 2003.

MILLER, David. **Sobre la nacionalidad: autodeterminación y pluralismo cultural**. Barcelona, Paidós, 1997.

NAVARRETE CARDERO, Luis. Intertextualidad en el primer cine de Bardem y Berlanga. **Revista Frame** N° 2, Sevilla, Universidad de Sevilla. 2008. Disponible em: < <http://fama2.us.es/fco/frame/frame2/estudios/1.11.pdf>. >

PAULINELLI, María (coordinadora). **Poéticas en el cine argentino. 1995-2005**. Córdoba, Comunicarte, 2005.

ROTKER, Susana. **Cautivas: olvidos y memoria en la Argentina**. Buenos Aires, Ariel, 1999.

SEGATO, Rita (entrevistada por Cristina Mateu y Claudio Spiguel). “Una aplanadora homogeneizante”, en **Revista La Marea** N° 9, otoño. Dossier “La sombra de los argentinos”, 1997.

SEGATO, Rita. **La Nación y sus Otros: raza, etnicidad y diversidad religiosa en tiempos de Políticas de la Identidad**. Buenos Aires, Prometeo, 2007.

REFERÊNCIAS FÍLMICAS

“**Nômade**” (Pablo Trapero) y “**Nova Argirópolis**” (Lucrecia Martel) fazem parte de **25 olhares 200 minutos. Os curtas do bicentenário** (Argentina, 2010). Disponible em: <http://www.25miradas.gob.ar/>.

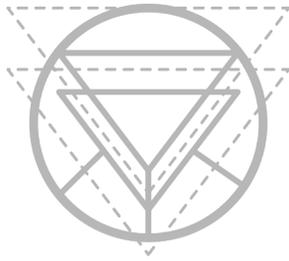
ANEXO

Curtas que compõem 25 olhares, 200 minutos:

NOME DO CURTA	DIRETOR/A	TÓPICO ATRAVÉS DO QUAL EXPLORA A CELEBRAÇÃO DA NACIONALIDADE
<i>(mi) Historia Argentina</i>	Gustavo Postiglione	Autobiografia do diretor, relatada em primeira pessoa, editada junto a fragmentos da história argentina durante seu período de vida
<i>Argentina del Bicentenario: Las voces y los silencios</i>	Carlos Sorín	Entrevista a dois intelectuais argentinos sobre os desencontros nacionais, e imagens de meninos e meninas indigentes
<i>Chasqui</i>	Néstor Montalbano	Sátira na qual um chasqui (mensageiro) gaúcho auxilia San Martín para que concretize o cruzamento dos Andes
<i>El abuelo</i>	Alberto Lecchi	Reportagem televisiva sobre um homem mais velho em um bar, que olha pela televisão a posse do presidente Alfonsín
<i>El espía</i>	Juan Bautista Stagnaro	Um militar chega a Buenos Aires em março de 1812, e percorre a cidade convulsionada, despertando curiosidade naqueles com quem fala
<i>El héroe al que nadie quiso</i>	Adrián Israel Caetano	Os heróis nacionais a partir do ponto de vista de dois meninos que elaboram um projeto escolar
<i>En la Trincheras</i>	Mausi Martínez	Dois desertores durante a Guerra da Tríplice Aliança se encontram presos em um estuário
<i>Fallas de origen</i>	Juan Taratuto	Policial montado sobre a edição de imagens de noticiários argentinos antigos, e um off que explica uma trama de confabulações para evitar a grandeza argentina
<i>Gente querible</i>	Leonardo Favio	Compilação de imagens de filmes do diretor, acompanhadas por um áudio composto por frases célebres de heróis nacionais lidas pelo diretor.

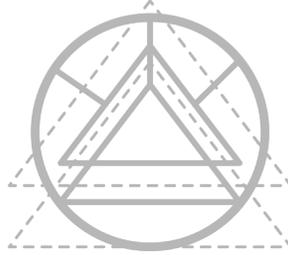
<i>Guillermina P.</i>	Inés de Oliveira Cézár	A permanência da humilhação: falta de emprego no presente e olhar do processo de emancipação a partir da subalternidade do passado
<i>Hija del sol</i>	Pablo Fendrik	Policial de um roubo perpetrado por uma jovem grávida que dá à luz em um estábulo
<i>Intolerancia</i>	Juan José Jusid	Conflito entre famílias que participam de um ato escolar representando cenas de 25 de maio de 1810
<i>La voz</i>	Sabrina Farji	Compilação de fragmentos de discursos relevantes da história argentina, em áudio, com a imagem de Elena Roger
<i>Leyenda de ceibo</i>	Paula de Luque	Reestabelece mediante uma lenda indígena da flor nacional a história do país
<i>Malasangre</i>	Paula Hernández	Uma empregada de limpeza percorre um set de televisão, limpando o sangue associado a vários eventos da história argentina
<i>Más adelante</i>	Lucía y Esteban Puenzo	Sátira sobre o passado e o presente, na qual dois cineastas do primeiro bicentário imaginam a Argentina de 2010 e realizam um curta encomendado pelas autoridades
<i>Mercedes</i>	Marcos Carnevale	Um realizador entrevista uma antiga heroína nacional
<i>Nómade</i>	Pablo Trapero	Cinema dentro do cinema, encontro intercultural durante um dia de filmagem de um filme sobre a história argentina
<i>Nueva Argirópolis</i>	Lucrecia Martel	Um projeto indígena de deslocamento através de rios e a reação das autoridades locais: a desigualdade no encontro interétnico dentro da nação
<i>Para todos los Hombres y Mujeres de Buena Voluntad</i>	Ricardo Wullicher	O Hino Nacional Argentino interpretado por diversas comunidades étnicas que compõem a nação, em suas línguas de origem
<i>Pavón</i>	Celina Murga	Trama policial para investigar os acontecidos da batalha de Pavón desde o presente

Posadas	Sandra Gugliotta	História da fuga de Buenos Aires de uma militante e sua filha durante a última ditadura
<i>Restos</i>	Albertina Carri	Olhar crítico sobre o estado do arquivo fílmico do cinema político das décadas de 1960 y 1970
<i>Ser útil hoy</i>	Víctor Laplace	Câmera subjetiva percorre vias férreas com áudio de fragmentos de discursos históricos relevantes, desde o presente até o passado, desde a cidade até o campo
<i>Una vez más</i>	Gustavo Taretto	A repetição do desencontro e as disputas





10



A FÉ NO NOVO “CENTRO DO MUNDO” – A MÍDIA: A BUSCA DE LEGITIMIDADE E AUTENTICIDADE DA IURD VIA TV RECORD¹

HEINRICH FONTELES²

ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO IURD-RECORD³: BUSCA DA PARTICIPAÇÃO NA CULTURA VIA IMAGENS TÉCNICAS

A fé nas imagens da mídia (IURD-TV Record) demonstra a atualidade do fenômeno religioso revestido numa espécie de um recrudescimento do encanto da fé. As práticas e ações comunicacionais das neorreligiões⁴ apontam, descrevem e exemplificam esse fenômeno da midiaticização⁵ da comunicação religiosa. Uma fé na mídia⁶. Isso ilustra as formas pelas quais os diversos segmentos sociais e religiosos podem ser reconhecidos na cultura: via mobilidade virtual.

* Verificar notas no fim do capítulo.

² Doutor em Comunicação e Semiótica PUC-SP. Professor de cursos de graduação e Pós-graduação. Membro do grupo de pesquisa: Mídia e Estudos do Imaginário (CISC-PUC-UNIP) e do CISC - Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e Mídia, ABPEducom ECA-USP, membro da equipe NEAD da Universidade Anhanguera. E-mail: heinrich.fonteles@gmail.com

E esse movimento televisual da fé dos neopentecostais demonstra a atual dependência que a religião tem da mídia para que sua estratégia de dominação permaneça e continue. As mudanças implementadas a partir de 1996 pela Igreja Universal do Reino de Deus⁷ para um enfoque mais jornalismo a partir de 2004 exemplifica a questão. Essas mudanças não aconteceram por acaso, e sim como estratégia deliberada, visto que a entidade dissimula a ideia de um afastamento religioso da TV Record. Seu proselitismo foi transferido para o horário da madrugada e para espaços comprados em outras emissoras. Esse caminhar expresso demonstra como um campo social faz usos de diferentes meios e estratégias para se firmar na cultura, reproduzindo um sistema econômico midiático Contrera (2010), legitimado em suportes dominantes, na medida em que, como componente das representações sociais, deposita fé neles. Assim, o uso do processo da realidade e da religiosidade exposto por Flusser (2002) interessa na medida em que o campo social (religioso ou midiático⁸) precisa se impor para proteger/esconder o outro. Assim, observa-se como o campo religioso notadamente (neo) pentecostal saiu da periferia das decisões (burgo) para a centralidade da vida moderna, fazendo usos dos meios modernos de comunicação, enaltecendo e justificando um paradigma econômico em vigor.

O mercado editorial, as empresas de publicidade e comunicação e os institutos de pesquisa⁹ já comprovam a ascensão e o crescimento da Rede Record não só nas principais praças, como São Paulo e Rio de Janeiro, mas também em todo o país. Esse crescimento é resultante de vários fatores óbvios, tais como investimentos em tecnologia, contratação de novos e experientes profissionais de TV, mudança na programação e definição de estratégia para o futuro. Todos esses fatores seriam simples de contabilizar, se não fosse percebido que, por detrás dessa ascensão, há outra esfera a ser pensada: a religião. Pensar sobre as razões da confiança depositada por sua mantenedora no poder da mídia e da imagem é instigante, pois o crescimento da Rede Record, do seu jornalismo, esconde interesses não discutidos na relação com a sociedade.

* Verificar notas no fim do capítulo.

Na astúcia de apresentar-se como uma emissora laica, por meio da mediação da realidade e do cotidiano, adentra os lares com mais credibilidade, legitimidade e autenticidade, favorecendo assim o religioso ou uma mídia religiosa especializada.

Nesse sentido, o afastamento de símbolos religiosos ou o apagamento da “demonização” de outras religiões para a configuração de imagens a partir do jornalismo, tornam a mediação da IURD mais crível.

A (PSEUDO) SECULARIZAÇÃO DA REDE RECORD

Se estiver no DNA da religiosidade, do mercado¹⁰ e do universo midiático a questão da “expansão”, logo se convergem aos interesses da IURD à questão da quantidade, do crescimento em adesão e audiência, tanto no campo religioso quanto no campo midiático, o que explica a necessidade da IURD permitir a emissora pautar-se e reestruturar-se como fonte crível de informação na cultura, estabelecendo uma nova relação ao ter poder de retratar o universo simbólico via credibilidade jornalística.

Para que a expansão de “mercado religioso e midiático” se estabelecesse, houve um solo convergente que permitiu que a IURD projetasse sua estratégia de comunicação ao focar-se no mesmo solo/público/audiência/fiéis - a nova classe C, D, E¹¹. Com temas geralmente direcionados aos dramas e problemas do cotidiano de grande parte dessa nova classe C, que invariavelmente, é o mesmo público que circula em torno da entidade religiosa que detém o mando na emissora, o segmento religioso atendeu as duas esferas: a realidade e a religiosidade conforme Flusser (2002). Entender isso nos ajuda a refletir sobre o foco no jornalismo na grade de programação da emissora e na nova linguagem do mesmo, replicado nos programas religiosos, o que aparentemente a distancia de práticas intolerantes utilizadas no universo religioso. Isso faz com que a imagem da fé religiosa apresente-se com mais legitimidade por estar reestruturada no esquema jornalístico.

Sabe-se hoje que a maior parte das igrejas nascentes da ter-

* Verificar notas no fim do capítulo.

ceira onda¹² evangélica apoiou-se fortemente nas mídias e nos aparatos de imagens técnica. A IURD fez o mesmo percurso, com proselitismo pelo rádio, TV e, agora, via internet. Conforme Miklos (2011), aparentemente não há nenhuma crise de religião ao se fazer uso dos meios de comunicação contemporâneos para propagação religiosa, o problema se dá na reconfiguração que os médiuns eletrônicos (mídias) impõem ao ritual religioso. Se por natureza própria, a religiosidade tende a expansão, para se fixar no meio midiático, essa lógica é demasiadamente expandida, calçada num modelo econômico que visa o lucro. Os senões aparecem na negociação com essa lógica e sua ação na cultura religiosa, pois embates, divergências são inevitáveis.

Para se compreender a atuação da IURD via TV Record, é necessário considerar a organização da emissora Rede Record¹³ nas mãos do grupo religioso dividido em três períodos¹⁴ históricos: a) de 1989 a 1995 – período evangélico, que vai da aquisição da TV Record até o ano do famoso episódio do “chute da imagem da santa”; b) de 1995 a 2004 - período de (re)definição, de reformulação e de intensa defesa da conquista; e c) de 2004 ao período atual - período midiático, secular e acentuadamente empresarial.

Esses momentos são simétricos ao que aconteceu na cultura geral, que invariavelmente passou pelo texto oral, escrito e, agora, o eletrônico. O texto identifica que o elemento textual (o paradigma da escrita) está em crise na cultura, e que tal fenômeno se replica nos textos religiosos. A cultura do texto, da escrita está ruindo e a da imagem técnica já é emergente e dominante. O retrato desse fenômeno religioso, IURD, e sua relação com a mídia são curiosos na própria cultura atual, pois a aposta na imagem visual técnica é uma forma de continuação e existência.

DO USO DE MITOS ÀS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO MUDIATIZADAS

* Verificar notas no fim do capítulo.

As questões de intolerância religiosa sempre acompanharam as igrejas no seu processo de expansão. Na mídia isso tem se replicado contundentemente. No seu processo de crescimento, a IURD tinha como alvo a religião Católica, e depois as de matrizes africanas. Para poder se firmar na cultura brasileira, evitando problemas de ordem religiosa, a IURD estabeleceu algumas estratégias apoiando-se na mídia, mas mantendo alguns resquícios do ritual primevo. Este, segundo Eliade (1992), pois, afinal, conforme Klein (2004), sempre a humanidade tentou dar forma ao sagrado, àquilo que o religa ao cosmo, e fazia isso na tentativa de apreendê-lo pelos sentidos e não pela razão. Agora, agrega-se à imagem do ritual parâmetro de mercado e da mídia, circunscritos no esquema de espetáculo, exigência da mídia para expansão do mercado e da audiência.

Pode-se entender a partir da esquematização proposta, o quanto as estratégias comunicativas da IURD, adotadas na retomada após o “chute na santa” em 1995, tentam de alguma forma trabalhar o esquema vinculatorio: corpo-mestre-líder-mito-pastor via imagens visuais.

Duas das estratégias adotadas a partir dos fins dos anos 90 foram a construção de megatemplos e a “catolização” do seu clero. Ao perceber que sua imagem na sociedade não representava o discurso que veiculava – imagem de prosperidade, sucesso, vitória - e somando os inúmeros escândalos, a IURD compreendeu que precisava se (re) posicionar de outra forma. Havia a necessidade de se materializar na cultura uma imagem que favorecesse uma imediata associação com o seu discurso teológico (prosperidade) e que certamente poderia ser traduzida num momento de maturidade do próprio crescimento da entidade em busca de autenticidade (GOMES, 2004) na sociedade.

Até então, a maioria das igrejas das IURD se localizavam em bairros das classes C, D, e dos centros urbanos e em cidades do interior e, geralmente, as igrejas estavam situadas em velhos galpões, espaços de cinema antigos, o que mostrava que a imagem destoava do seu discurso. O ponto culminante para decisão de construção de *megatemplos* deu-se com a tragédia que ocorreu

com o templo na cidade de Osasco. Assim, primeiramente, os espaços começaram a ser planejados não só no sentido de facilitar o acesso, mas também de apresentar um espaço cultural, famoso nunca frequentado pelos fiéis e de mostrar uma igreja de resultados. Isso explica a necessidade de[...] adquirir prédios e imóveis onde funcionavam casas de espetáculos ou centros de diversões (cinemas, teatros e casas de shows) Klein (2004), o que viabiliza uma estrutura midiática de captura de câmeras. Leonildo Silveira Campos observa que a preferência por adquirir prédios onde anteriormente funcionavam casas de espetáculos, inscreve-se no conteúdo utilitarista da IURD em possuir imóveis que tenham uma tradição expressiva da representação artística da vida. Assim, o acesso aos templos seria duplamente facilitado, primeiro em função de sua localização privilegiada e em segundo lugar, porque existe a tradição de divertimento ou de integração em um nível social superior, haja vista que a maioria dos supostos membros jamais haviam tido a oportunidade ou as condições necessárias para frequentar tais ambientes. (LAGES¹⁵, 2002, pp. 72 a 75)

Essas ações intensificam a expressão – “igreja de resultados”. A função de um megatemplo¹⁶ nos remete aos estudos e pesquisa de Eliade (1991) sobre a função do simbolismo do “Centro do Mundo” e projeta a ideia de “ascensão ao céu” por meio de um “espaço consagrado” a isso. Ora, essa imagem está presente na mentalidade dos líderes, pois os nomes dos templos reafirmam essa constatação de Eliade – Templo Maior, Templo da Glória de Deus, Templo de Salomão.

Interessante observar que na contra mão da ideia de situar-se nos grandes bairros nobres, a IURD vai privilegiar os bairros mais carentes, pobres ou mais distantes ou áreas de grande movimentação nos centros comerciais¹⁷ tradicionais das cidades, pois no contraste com o entorno pobre, feio, caótico, ergue-se algo fabuloso, rico, próspero, grandioso – um templo da IURD, comunicando-se com o entorno/geografia do local. Se antes estavam em locais sujos, feios, desconfortáveis e, geralmente, instalados em

* Verificar notas no fim do capítulo.

inúmeras igrejinhas na mesma região, os templos estão agora em locais maiores, agregando todas as congregações em um mesmo espaço, o que teoricamente facilita o ajuntamento, dando ideia de grandiosidade, conforme nos expõem também Campos e Maspoli em entrevista à pesquisa. Grandiosidade a ser televisionada.

Essa estratégia, segundo Eliade (1991), reafirma um arquétipo arcaico presente no homem ainda nos dias de hoje que diz respeito à questão da imagem do mundo, que revela a cidade, o bairro e amora a em que esse homem vive como “microcosmo”, sendo esses lugares de paz, harmonia em contraste com o entorno, caótico, mortal. Por essa razão, deve se defender dos inimigos, que estão à espreita a fim de destruir sua paz.

As sociedades arcaicas e tradicionais concebem o mundo que as cerca como um microcosmo. Nos limites desse mundo fechado começa o domínio do desconhecido, do não formado. De um lado, existe um espaço cosmicizado, uma vez que habitado e organizado. Do outro lado, fora desse espaço familiar, existe a região desconhecida e temível dos demônios, das larvas, dos mortos, dos estranhos – ou seja, o caos, a morte e a noite. (ELIADE, 1991, p.34).

Interessante considerar esse aspecto, pois a iconografia da catedral em relação ao entorno se torna referência de localização, impõe respeito e o espaço público, de alguma forma, passa a ser reorganizado politicamente com a construção de novas vias para facilitar o acesso, reorganização do comércio etc. Além do impacto na geografia local, o verticalismo do megatemplo promove uma maximização das formas de comunicação com o entorno e com a cidade, assumindo-se como “centro do mundo”. Eliade (1991) aponta que os vários centros do mundo na geografia da cidade “salvam” o local, trazendo ordem. “Todo microcosmo, toda região habitada, tem o que poderíamos chamar um “Centro”, ou seja, um lugar sagrado por excelência. É nesse “Centro” que o sagrado se manifesta totalmente seja sob a forma de hierofanias elementares”, pois “a pluralidade dos “Centros da Terra” dentro de uma

única região habitada não cria nenhuma dificuldade. Estamos em presença de uma geografia sagrada e mítica, a única efetivamente real, e não de uma geografia profana” (1991, p. 35).

A partir dessa estrutura montada, a IURD (re) constrói sua estratégia de comunicação de forma verticalizada, intensificando as visitas, as peregrinações aos próprios templos, impondo uma hierarquia de valor (PROSS, 1992) a ser seguida por meio de ritos de calendários, conforme nos aponta Pross:

A atividade social precisa ser ordenada em um rito de calendário, que constitui o rito básico de toda sociedade. É por ele que se orienta o rito do trabalho na sociedade industrial, enquanto na agricultura o ritmo cosmológico desempenha o papel mais importante. E aí vêm os veículos de comunicação de massa que naturalmente se aproveitam disto. As mais altas frequências da sociedade industrial estão no final dos ritos do trabalho, aquilo que chamamos de “lazer”. (BARRETO e BAITELLO JR., 1992, p.02)

Os ritos são colocados em prática e por meio desses valores são difundidos como verdade. Isso explica porque nas neorrelições, no caso da IURD, os rituais, a divisão do ano em semanas e campanhas, configuram as práticas religiosas. Assim, as semanas passam a ser divididas conforme um calendário mítico - “Semana de Josué”, “Semana de oração”, “Grande concentração de fé”, “Vigília de fogo”, “Dia do empresário”, “Fogueira santa de Israel” etc. Com isso, o que importa é fazer o sujeito ir à igreja, pois ela estará sempre de portas abertas, favorecendo uma adesão maior ao encontro com o centro do mundo. Multidão reunida a ser filmada. Conforme Klein (2004), a horizontalidade do novo espaço físico da igreja favorece a midiáticação. O que a diferencia de uma catedral tradicional, cuja verticalidade física atrapalha uma movimentação técnica de mídia. Para Campos (1997), o interior desse centro passa a ser organizado em função do “teatro” ou da teatralidade das práticas comunicativas, que permitem trocas emocionais, catarse, e, ocorrendo num “templo”, esse teatro favorece

as trocas, os intercâmbios, um “toma lá, da cá”. Sendo assim, essa ação passa a acontecer num grande espaço de “mercado” onde intercâmbios adquirem valor econômico.

Por isso, na liturgia, os valores da comunidade, suas crenças e outros símbolos populares são incorporados ao ritual da IURD. Essa prática explica como a religião presente em vários locais do país e do mundo consegue estabelecer uma comunicação efetiva com o entorno. Este é “iurdizado” pelo ritual, agregando-se à teologia defendida pela igreja. Um esquema se impõe.

Primeiro, demoniza-se os símbolos religiosos da outra religião, para depois mimetizá-lo (WULF e GEBAUER, 2004). Em seguida, apropria-se de seus símbolos e rituais, reconstruindo o que seja interessante, estabelecendo novas formas e estratégias de comunicação. Isso explica o ataque às religiões afro-brasileiras e o arrefecimento de ataque também contra a religião católica. A comunicação se constrói junto com o entorno, sendo para os líderes a igreja mais um espaço de adoração - “centro do universo” - no meio do mercado religioso.

De acordo com o Prof. Campos (1997) da Umesp, a tática comunicacional que permite uma linguagem universal da IURD (pois está em mais 150 países) dá-se nessa leitura mimética de início com a cultura e depois a transforma de acordo com suas necessidades. Não há constrangimento em replicar sinais, símbolos, rituais de outros, desde que tudo isso seja somado aos seus interesses, que é o de penetração na cultura para fazer-se aceita e depois ter poder de influenciar com suas próprias crenças.

Também discute essa estratégia Silva¹⁸ nos estudos sobre a “guerra santa” entre a IURD ao atacar as religiões umbanda e de matrizes africanas. Primeiro condena-se, demoniza-se para depois mimetizar e se apropriar dos símbolos e mágicas religiosos, adaptando as crenças e magias às neoreligiões pentecostais. Exemplo descrito na sua relação com os cultos afro-brasileiros, pois:

* Verificar notas no fim do capítulo.

O ataque às religiões afro-brasileiras, mais do que uma estratégia de proselitismo junto às populações de baixo nível socioeconômico, potencialmente consumidoras dos repertórios religiosos afro-brasileiros e neopentecostais, como querem alguns estudiosos, parece ser uma espécie de estratégia *à la* “cavalo de Tróia” às avessas. Combatem-se essas religiões para monopolizar seus principais bens no mercado religioso, as mediações mágicas e a experiência do transe religioso, transformando-o em um valor interno do sistema neopentecostal. Em posse destes é possível partir para ataques às outras denominações cristãs com maiores chances de vitória. (SILVA, 2005, p. 50)

Essa estratégia é confirmada pelos ex-bispos da IURD Renato Suhett, e Rogerio Monteiro (em entrevista), que apontam que em qualquer lugar em que a igreja esteja ela incorpora em seu discurso e liturgia as práticas e valores locais sinalizados. E transforma essas sinalizações em componentes de suas estratégias de comunicação. Ou seja, em “valor cultural”, e “econômico”. Ela primeiro observa as lendas, crenças, mitos, e as práticas religiosas locais, e atenta a essas sinalizações, incorporam-nas na sua forma de comunicação local ou como coloquialmente conhecida como “culto”, Missa, ou serviço religioso, estabelecendo calendários ritualísticos e de milagres. A partir dos autores acima, e entrevistas, a estratégia de comunicação se dá da seguinte maneira:

Tabela 1: Lógica de apropriação de símbolos da IURD



Fonte: Autor, 2012

Ou seja, qualquer lenda, conto, ritual é imitado e incorporado pela IURD de forma mimética (GEBAUER, 2004), e estas práticas ao serem reproduzidas pela igreja constantemente, acabam

tornando-se uma prática comum da própria igreja, pois é a forma eficaz que traz o fiel para a igreja. Este, ao ser atraído por estas sinalizações reelaboradas em forma vinculatória, tende a aderir ao ritual, e a fazer parte do mesmo. E isto significa participar dos esquemas de operação que é recorrente na IURD: doações, dízimos e ofertas em troca de obtenções abstratas materializadas: sucesso, prosperidade e bem-estar. Seguindo essa cartilha, a própria igreja não consegue mais negar essas práticas, não fazendo com que as pessoas deixem tais práticas. Como as repetições das práticas permanecem, tornam-se dogmas a serem replicados. Ao devorar tais símbolos sinalizados e transformados em materialidade (há uma tentativa), não tem como negá-los. Portanto, exige-se mais repetição. A solução fica na multiplicidade de sinalizações incorporadas periodicamente. Como a IURD tem uma alta capacidade de criação e invenção de práticas, com o tempo novas estratégias de adesão são associadas às anteriores, de forma que o fiel acaba também descartando aquilo que não traz mais resultados práticos na vida cotidiana.

Essas repetições simbólicas tornam-se matérias primas a serem consumidas pela cultura. O estudo aponta que as informações, os discursos difundidos tornam-se um valores econômicos adquiridos na igreja pelas pessoas, pois essas mesmas precisam reorganizar o caos em que vivem no cotidiano.

Nesse sentido, esquemas vinculatorios são constituídos a fim de manter a relação tempo/centro/vertical com o *oikos/casa*. Daí a necessidade de levar para o lar, algo desse centro/vertical, reorganizando e transformando a casa também no “centro” do mundo, um microcosmo continuado do maior, sendo mais pessoal. Uma “economia” organizativa estrutura o micro *oikos* comunitário, a casa, cuja gestão se dará nos moldes prescritos por noções de conceitos expostos pelo centro/vertical – nesse momento o templo. Portanto, produtos e serviços são elaborados como esquemas vinculatorios para intensificar as trocas simbólicas e as comunicações iniciadas e estabelecidas nos templos. É válido considerar que esse valor *econômico-espiritual* acaba se tornando uma espécie de Ca-

pital Cultural Bourdieu (1997) a ser compartilhado e adquirido nas trocas comerciais simbólicas estabelecidas no “centro” e dentro do espaço religioso, que certamente impacta a forma de (re)organizar a vida doméstica, comunitária e, acreditamos, até a política, no sentido de inserção do sujeito na cidadania (nos *oikos*).

E essa novidade não é estabelecida apenas a partir da industrialização do século 18, mas está presente na formação da cultura humana, onde “centro”, “verticais” sempre se estabeleceu na comunidade, só que antes em parâmetros mais próximos dos sujeitos que constituíam a própria comunidade.

Conforme Eliade (1991), esse centro se estabelece nas diversas culturas como elemento de religação entre Céu-Terra-Inferno. Interessante atentar que no Templo da Glória em Del Castilho, bairro da periferia do Rio de Janeiro, há uma réplica da imagem da “Árvore da Vida”, a qual, como já explicado por Eliade, nas diversas culturas arcaicas, religa os três níveis cósmicos: pela raiz, o inferno; pelo tronco, a terra; e pelos galhos, o céu. Os templos arcaicos eram geralmente localizados e construídos sobre o inferno (*têhom*). O autor cita casos de templos, palácios que eram erguidos em cima desses pontos estratégicos.

Dessa forma, imitando ou refazendo uma ideia arcaica de “centro do mundo”, ratificada pela cultura hebraica, pela católica romana, a IURD procura estabelecer um nível de comunicação com a cultura de forma grandiosa, fazendo ecoar o seu discurso: no entorno infernal, desorganizado, um “paraíso” se estabelece para restabelecer a paz, prosperidade e o sucesso. A imagem do acesso às igrejas por meios de suas escadarias faz uma alusão à de ascensão aos céus. Afinal, a escalada ou ascensão simbolizam o caminho rumo à realidade absoluta; e, na consciência profana, a compreensão dessa realidade provoca um sentimento ambíguo de medo e felicidade, de atração e repulsa etc. A ideia de santificação, de morte, de amor e de libertação estão implícitas no simbolismo da escada.

Essa ideia é bem compreendida pela IURD, tanto que suas comunicações não advogam a tese de que as catedrais assumam

o elemento de total santificação no local. Até porque numa sociedade urbanizada, industrial, as pessoas a consideram como mais prédio no espaço urbano, mas a ideia permanece no inconsciente. Aqui, chama-se atenção para dois aspectos que se aplicam com essa comunicação que se dá em busca de autenticidade e legitimidade: facilidade e dificuldade para ter o acesso ao “centro”.

Ora, a IURD atende a duas situações que Eliade aponta sobre a questão do Centro do Mundo no que tange aos mitos, símbolos e ritos que advogam uma “dificuldade que existe em penetrar em um centro; [...] ou *que defende-se que esse centro é acessível.*” (1991, p. 51) (*grifo nosso*).

É relevante considerar esses dois aspectos contraditórios pontuados pelo autor ao pensar sobre a questão das Catedrais, e o que elas significam. Quando a IURD decide fechar pequenas congregações e estabelecer uma sede central, ela centraliza suas comunicações. “Aqui estamos, venha para cá”. Facilita-se a referência no entorno. Um “centro”. “Os símbolos, ritos estão aqui”. Ao construir essa ideia, recria a imagem de deslocamento para o centro, recria a ideia de peregrinação.¹⁹ O discurso “a peregrinação aos lugares Santos é difícil, mas qualquer visita a uma Igreja é uma peregrinação”. (ELIADE, 1991, p. 51). A ida ao templo da Glória de Deus (RJ), ao Templo Maior ou Catedral da Fé (SP), ao Templo de Salomão²⁰ (em construção, Templo da Glória do Novo Israel) faz alusão ao deslocamento. Porém, muitas vezes, o acesso parece ser inacessível, o toque na árvore cósmica da vida parece ser inacessível. É possível tê-la em casa?

Eliade (1991) apresenta a discussão apontando que há mitos, símbolos e rituais que advogam uma inacessibilidade e outros mitos e ritos que estabelecem que o “centro” é acessível. No primeiro caso, podemos exemplificar a história do templo de Salomão, cuja área central é inacessível. Por outro lado, temos a ideia advinda da reforma protestante que defende a ideia que o sujeito é o próprio templo, o “centro” do universo. Deus habita no sujeito²¹.

* Verificar notas no fim do capítulo.

A MÍDIA É O NOVO “CENTRO” NA MODERNIDADE

Na atualidade, o deslocamento aos “centros do mundo” [ou mobilidade das verticais (PROSS) – meios de comunicação] é sempre dificultoso, difícil, devido ao trânsito, caos da cidade. Quem consegue chegar, cumpre um sacrifício. A questão colocada por Eliade (1991) apresenta a dificuldade ou facilidade do acesso ao “centro”. Ora, imitando a tradição judaica e a católica, a IURD estabelece grandes “centros” que teoricamente são inacessíveis, mas, por meio de mecanismos de comunicação, passagem por peregrinações dentro do templo, teatralização e organização no altar de forma que o sujeito possa adentrar, facilita o acesso. Reformadores religiosos criticam-na, pois apontam que a IURD readaptou a ideia de que Deus habita no templo, na igreja construída, ao passo que esses defendem a individualidade do sujeito como meio de acesso direto ao sagrado. “Eu” sou o “templo”. A adaptação é uma das formas estruturais e funcionais das neogrejas, e, conseqüentemente, pode-se entender o quanto a linguagem se adapta rapidamente respondendo²² às necessidades do cotidiano. Isso diferencia as neogrejas das demais igrejas históricas calcadas ainda nas tradições textuais.

De alguma forma, a IURD atende ao princípio calvinista²³ do individual, pois seus ritos também poderão ser realizados na intimidade das pessoas ao levar consigo elementos sacralizados no culto/ritual, tais como objetos e aderir a compromissos financeiros com a divindade.

Isto mostra a adaptabilidade do discurso e das práticas comunicacionais iurdiana para atender e dialogar com o cotidiano das pessoas. Estas podem ir ao “centro” ou, conforme Eliade (1991, p.51), podem desenvolver sua fé no “centro do lar”, *oikos*. Afinal a “facilidade – encontra-se em quase todo lugar”. A IURD convida-nos a considerá-la como a mais significativa. Ela coloca em evidência certa situação humana que poderíamos chamar *denos-*

* Verificar notas no fim do capítulo.

talga do paraíso. Compreende-se por isso o desejo de *se encontrar sempre e sem esforço* no “Centro do Mundo”.

A IURD faz astutamente uma leitura dos anseios da sociedade, desenvolve um discurso religioso que atenda aos mitos inacessíveis e aos mitos acessíveis. A Catedral traz a grandiosidade materializada na geografia do espaço urbano, o espaço onde o inacessível poderá ser alcançado, promovendo esquemas de ascensão, favorecendo a ideia da *dificuldade*, seguida do *mérito*. “Eu fui, eu vi os milagres, eu fiz, eu realizei, eu me comprometi, eu ofereci”. Outro ponto: ao observar “um conjunto de tradições que defendem o desejo do homem de se encontrar sem esforço no centro do mundo” (ELIADE, 1991, p.51), a IURD percebe que é no conforto do lar que pode impactar mais os sujeitos ao conhecer e retratar seu cotidiano.

Observa-se que ambas as ações sinalizam esquemas de comunicação da modernidade, na qual será sempre o sujeito responsável pelo sucesso ou fracasso do seu interior. A IURD favorece apenas o meio e as ferramentas. Ela sinaliza o mito, a fé, mas é o sujeito que deverá desenvolvê-la no meio da pluralidade do mercado. Nesse esquema, ela atende parcialmente ao reclame protestante de sacerdócio individual, de eleição, das escolhas pessoais.

Nesse quesito, para impactar a interlocução com seus opositores e aliados, a IURD, por meio das megacatedrais (GOMES, 2004), consegue parcialmente consolidar-se enquanto entidade religiosa legitimada e autêntica no país, anulando a questão e a oposição entre pureza-impureza; igreja-seita; autêntico-inautêntico, nas quais o segundo elemento qualitativo recaía e ainda recai sobre suas práticas religiosas, comunicacionais, econômicas e políticas. A superação dá-se pela formalização institucional, mas, como aponta Gomes (2004), o discurso/imagem das grandes catedrais remete a um valor mítico anterior usado nesse momento de dificuldade – aponta o passado “Israel Mítico” para um futuro glorioso da igreja. O resgate da memória direcionado para o futuro. As catedrais apontam para a superação, mostrando uma imagem de poder e potência. “Mesmo perseguida a Igreja cresce” (GOMES, 2004, p.17) em ritmo acelerado num pequeno espaço de tempo.

A ruptura que a IURD estabelece com a cidade, segundo Gomes, está relacionada à ideia de padronização e visualidade de seus templos. Como a igreja ainda está em busca de consolidação, ainda não há uma imagem estabelecida que firme a construção das diferentes catedrais. Pois, se assim fosse, ao se observar uma Igreja Universal, ter-se-ia uma ideia de todas. A IURD parte pelo oposto. É a ideia de monumentos que constrói e consolida a imagem da Igreja e não o inverso. Por isso, as megaigrejas, mesmo num esquema de construção padronizado, apresentam diferenciações. A singularidade a ser percebida está na grandiosidade, mas, muitas vezes, são diferentes entre si. Como aponta Gomes (2004, p.18), “com as catedrais, não se poderia mais afirmar: quem viu uma Universal, já viu todas.” Hoje, após a consolidação da imagem, já há uma repetição da imagem de igreja que deu certo.

Com os megatemplos e os “bispos”, a IURD impõe-se com mais autoridade no espaço e tempo social urbano, da pressa e da velocidade. Com suas portas sempre abertas e estrategicamente localizadas, possibilita, no meio do mercado religioso, um contato com o sagrado, além de apontar-se como referência religiosa. Uma igreja forte, próspera, na sua maturidade, a despeito das controvérsias e das perseguições (retórica apontada). Um tempo social associa-se ao tempo subjetivo. Ali, é um local de poder. Um “centro” vertical que liga o sujeito ao mundo conforme Eliade (1992). Porém, um problema se impõe. Um centro demanda de um lugar e espaço fixo, delimitador por excelência dos objetivos expansionistas, visto que em tempos de modernidade, o deslocamento físico é um sacrifício não só corporal, mas temporal. Tempos que precisam submetidos a uma rotina diária, semanal ou mensal, definindo o tempo de consumo. Fator delimitador para expansão em tempos de mobilidade imagética, que prescinde do tempo e espaço fixo.

FÉ NA MÍDIA

Delimitar, arrefecer a “expansão” é um dos “pecados” na modernidade no viés capitalista. Surge a necessidade da sobrevivên-

cia. E para isso a IURD vai privilegiar ostensivamente o uso da mídia terciária (PROSS²⁴ 1972). Assim, ao vincular à mídia terciária suas operações comunicacionais, A igreja suprime/subtrai a presença da mídia primária (corpo) e secundária (escrita-texto). No esquema da imagem midiática (TV, mercado, expansão, audiência), o corpo é teatralizado, a voz é moldada, os rituais são midiáticos, fabricados, editados para atender ao telespectador / espectador / audiência / fiel. Como nos aponta Pross (1972), isso tem por objetivo responder aos anseios gerados a partir dos déficits emocionais oriundos das dificuldades naturais de socialização gerados na primeira e segunda infância. Isso gera uma necessidade de ritualização, que encontra ressonância nos ritmos biológicos, com os quais a mídia, o mercado, no foco da expansão, tenta suprir com a ritualização de produtos, serviços e ideias por meio da imagem visual técnica –TV. Baitello aponta que “A repetição da mesma coisa em sequências ritualizadas traz confiança para as incertezas do tempo de vida subjetivo. [...]” (BAITELLO JR., 2003, p. 11). Isso constrói os esquemas de vinculação.

Esses déficits emocionais são percebidos pela mídia como matéria-prima a ser composta nas imagens visuais. Conforme Contrera (2010), a mídia elabora o imaginário popular, da cultura, e o refaz. Prosperidade, sucesso, riqueza são ideias perseguidas pelas imagens visuais da TV Record, balizada pela teologia na qual a IURD se fundamenta, pois representam o desejo das pessoas, que veem na obtenção desses elementos uma forma de suprimir ou superar os déficits emocionais primários, apaziguando os medos, traumas e o “mal” de cada dia, quer seja por meio de “estar” bem informado ou por ter acesso a essas ideias em programas construídos no esquema da “verdade” – jornalismo.

O esquema comunicacional do segmento religioso já se estruturou num paradigma de mercado, ou seja, já enviesado pela mídia, pelo espetáculo e pelo entretenimento, fruto dessa atualidade histórica. Conforme Campos (1997) e Klein (2004), se antes a teatralidade tinha por função a catarse e o aumento da expressi-

* Verificar notas no fim do capítulo.

vidade corpórea do rito, na atualidade, sob esses novos aspectos, a teatralidade parece não enaltecer as identidades individuais e coletivas, mas camuflar, dissimular a identidade, negando o “eu – coletivo” do grupo por uma máscara de outrem. É um processo iconofágico pontuado por Baitello Jr (2005), no qual um corpo faz empréstimo a uma imagem alheia à sua. O que menos vale é corpo em si, mas a imagem projetada no corpo encarnado. Assim, a imagem visual só se realiza parcialmente se encarnar/inscrever-se momentaneamente num suporte como condição de existência.

Para além dos concretos das megacatedrais, que exigem que o fiel se desloque para o “centro do mundo”, investir na mídia favorece a presença do “centro do mundo” no conforto do lar ou à mão.

Para que tenha mais autenticidade e legitimidade na cultura, investir sobre o cotidiano das pessoas (realidade), mediando-o, religa o sujeito a outras abstrações mais concretas. Um paradoxo. A fé na mídia se impõe.

IMAGENS DA FÉ E FÉ NAS IMAGENS RELIGIOSAS - INTERFERÊNCIAS ENTRE MÍDIA E RELIGIÃO

Novas estratégias se colocam num esquadro mediático. Alguns esquemas sofrem alterações ao ser midiaticizado como o corpo, a linguagem do discurso, a presencialidade dos sujeitos, rituais e o tempo.

A IURD configura-se na teatralidade das imagens visuais técnicas existentes ao utilizar-se dos esquemas da verossimilhança e da veracidade para tornar-se mais crível. Isto explica a necessidade da presença de jornalistas com alta credibilidade. O novo *casting* da emissora transfere confiabilidade a ela no lugar dos pastores ou soma-se a esses. É interessante observar como as matérias jornalísticas são intensamente utilizadas pelas programações religiosas no horário da madrugada, no programa “Fala que eu te escuto”, por exemplo. Se antes as teatralizações visuais evocavam os problemas do cotidiano em forma de enunciações diretas, hoje, nesses programas, o cotidiano é retratado a partir da própria rea-

lidade teatralizada, não em forma de jornalismo, mas no formato jornalístico, trazendo verossimilhança e lógica à realidade, ao cotidiano ou aos possíveis problemas do cotidiano retratado. Observe o cenário proposto na “espetacularização do debate”. Ao se narrativizar ou ficcionar²⁵ a notícia, pois é produto sócio-histórico como aponta Traquina (2005), a narrativa ganha elementos de encantamento e fascínio, torna-se religiosa, ao dar sentido ao mundo, à realidade. A vida religiosa atrela-se à vida cotidiana. Afinal, desde sempre, a religiosidade, de algum modo, tem configurado as formas de inserção do sujeito no mundo, principalmente por meio do valor econômico.

Enfatiza-se aqui a importância do gesto como elemento mimético-formativo que é (re) configurado nas imagens da mídia atual. Ensinar um gesto não natural parece ser uma das maneiras pelas quais a imagem visual, por mimese, se impõe, exigindo até uma especialização corporal, uma adaptação do sujeito. Para tanto, é necessário um corpo (mídia primária) que o execute. Isso é observável principalmente pela reprodução de imagens gestuais criadas por diversos grupos religiosos que induzem a certo proselitismo via esporte. Os atletas, ao se utilizarem de seus corpos, tornam-se canais de mensagens, muitas vezes, mais eficientes que discursos religiosos de púlpito. Os gestos são exigências do “programa midiático” (ou dos sistemas que projetam o programa) segundo Flusser (2002), que, para serem executados, precisam de jogadores hábeis que os manipulem. Aqui uma questão sobre a mobilidade do sujeito em relação às imagens visuais se coloca (máquinas), na quais estas propõe um engano ao sujeito, mantendo-os na heteronomia, na dependência do programa e da ideologia proposta, que para funcionar necessita de manipuladores, que se traduz em indicadores de acesso às imagens visuais, número de telespectadores e aumento de audiência, significando força e presença na cultura.

Na atualidade, a mídia (as imagens técnicas) pelo fato de ter na sua constituição o movimento, procura, por meio de um tempo midiático, na verticalidade hierárquica, colocar-se como um

* Verificar notas no fim do capítulo.

tempo objetivo autônomo, balizado na técnica, na ciência, para sincronizar a vida social. O sistema econômico global já identificou esse esquema, estando aí o motivo de lançar constantemente realidades imateriais por meio de suportes, cooptando as pessoas para esse projeto. Conforme Pross (1972), a ética da mídia está aí, em apresentar-se natural, pela racionalização de sua operação.

Esse é um ponto importante a ser considerado, pois os temas gerados por meio das vivências no cotidiano são registrados e explorados pela imagem televisiva, por meio de programas de audiotório e noticiários. No caso presente, são fortemente explorados pelo jornalismo da Record, que adentra e explora o cotidiano de forma demasiada. Conforme Marcondes (1988, p.36) afirma, “a televisão veio suprir o diálogo doméstico, a conversa das pessoas. Pode ser. Em alguns casos. Em outros, ela veio introduzir diálogos e discussões”. Observe que esse impacto é mais forte do que os atos do ritual oral do culto presencial. Adentrar os lares à distância e difundir, nessa pluralidade, uma cosmovisão é a meta dos diversos segmentos sociais dessa atualidade. Portanto, em vez de um discurso dominador, a IURD (TV Record) percebeu-se no campo do mercado e por perceber que os diversos discursos geram “conflitos e guerras”, o que compromete seus interesses de expansão, trabalha por meio da imagem técnica, colocando-se como uma das mensagens dominantes possíveis de serem “seguidas”.

A imagem visual de fatos/relatos noticiados diariamente (TV Record/realidade), que contam os dramas, os horrores, os medos, as intrigas no formato jornalístico, é reelaborado, e aponta para uma superação por meio de narrativas e imagens de histórias de sucesso, vitória, prosperidade e superação de um sujeito ou de comunidade frente às suas agruras. Isso cria uma ideia de proximidade (IURD/programa religioso), bem como uma ideia de pertencimento por meio do compartilhar das imagens (símbolos) vivenciadas. O problema está no recorte e na mediação que as comunicações processadas pelas mídias terciárias fazem na história (contexto), sobrepujando os contatos primários e o conteúdo do acontecimento, que já passa por um crivo da seleção, interpretação, mediação – abstração.

A imagem televisiva “por ser um meio totalizante, ela inova, apresentando exemplos de vida, de ambientes, de situações que acabam funcionando como modelos” (MARCONDES, 1988, p. 36); modelos de sucesso, prosperidade e bem-estar. A estratégia de comunicação da IURD para TV Record exemplifica a emolduramento desta vertical para tentativa de viabilizar-se mais legítima e autêntica.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ida da IURD para a TV (representativa desse fenômeno das tele religiões) faz com que esta opere por meio das imagens visuais à distância, sentidas por um esquema de proximidade (jornalismo), camuflando as complexidades inerentes das proximidades. Um paradoxo coloca-se aqui. Se as imagens interiores conduzem à interioridade, à recordação, a inflação das imagens visual técnica revela “crescentemente assustador o processo inflacionário das imagens que fecham portas para o mundo por serem construídas a serviço do vetor da exteriorização, remetendo a uma existência “em efígie”, sem a interioridade da imaginação” (BAITELLO JR., 2005, p.47). Talvez esteja aqui um aspecto da limitação da mídia. A *hipersuficiência* da expansão geográfica das imagens técnicas precisa ser sentida e compreendida nas localidades e encarnada em algum suporte momentaneamente. Os diversos espaços socioculturais são expostos à quebra de barreiras, fronteiras espaciais, nas quais as identidades locais sofrem essa invasão e parecem ser devoradas por novas formas de conceitos sugeridos, cabendo a essas compartilhar via consumo. A força da verticalização da mídia quebra as fronteiras espaciais como nos expõe Pross, na qual a economia de sinais expande o alcance da mídia, definindo a espacialidade possível da mesma, pois a percepção do fenômeno aqui exposto é suficiente para definir essa espacialidade naquilo em que é compartilhada ou tornado regra pelo compartilhamento da maioria das pessoas que adere às sinalizações propostas. Essa maioria legítima e dá a autenticidade às imagens visuais na cultura. Afinal, as imagens visuais

das notícias localizam um espaço concreto e de forma mediada podem narrar um instante, ou seja, a temporalidade expande o espaço, que pode ser relacional, pois provoca relações dentro do espaço (concreto e virtual). Parece que a velocidade dos fluxos da informação traz uma sensação de proximidade dos enredos por meio da imagem visual com o crivo da verdade, interferindo e reduzindo as grandes narrativas explicativas locais.

Por outro lado, para que a imagem se concretize na ambiência primária, para que o sujeito possa confiar/desconfiar, a presença dos gestos, dos rostos e dos corpos torna-se referência fundamental da mediação, visto que, como já pensado por Mininni (2008), a sociabilidade está entregue às potencialidades do corpo e ao que este é capaz de fazer para as questões de sobrevivência, identidade e até liberdade. Acredita-se que a constituição da comunicação pela mediação do corpo é tão intensa que diversos sistemas de ideias, quando querem impor seus conceitos, fazem-no por meio da domesticação do corpo segundo Foucault (1999) e de *habitus* estruturados e estruturantes conforme Bourdieu (2005), mesmo que isso custe muito. Daí, a proposta de uma imagem do corpo parecer ser mais eficiente que a presença do próprio.

Observa-se que novas estratégias são postas em ação por meio do recurso a imagem técnica, que vai se configurar na possibilidade da expansão do corpo, daquilo que se deseja concretizar, fixar e eternizar para as gerações vindouras. Do que a oralidade não dá mais conta, ou seja, não se legitimou de forma autêntica, a visualidade talvez dê. O recurso do uso dos esquemas jornalísticos tem permitido à IURD, por meio da Rede Record, (verticalização da comunicação – economia de sinais) amplificar suas ações, com características de objetividade e não mais calcada na magia-religiosidade. Mais plausibilidade. Ocorre uma aproximação da verdade na verossimilhança, da lógica na probabilidade, ou do impossível no possível, do absoluto no relativo e do conteúdo no método. O efeito jornalístico na mediação da realidade esconde a religiosidade, e torna-se mais crível, fixando no imaginário mais duradouramente ou pelo menos mais intensamente. Conforme Tiburi

(2010), a visualidade dá essa condição. Portanto, por meio de um “sentir” pela visão, a imagem exerceu poder sobre o sujeito através de pinturas, esculturas e construção de sistemas simbólicos. Uma estética possibilitou uma ação. Conclui-se. Se considerarmos que as formas de interação do homem são construídas historicamente, as trocas/intercâmbios comunicativos expressam-se por meio das estratégias comunicativas que apontam uma temporalidade. O que antes se dava de forma imediata passa a ser mediado. As imagens visuais técnicas ascenderam a uma categoria reelaborando as narrativas míticas, para continuar e sobreviver na cultura. A IURD e as demais neorrelições nesse esquema expõem um momento histórico da crise entre texto e a imagem. Imagem midiática que sinaliza uma nova relação do sujeito com a fé. Fé esta que confia na mídia como estratégia de sobrevivência.

REFERÊNCIAS

- BAITELLO JUNIOR, Norval. **Mídia como droga**. Revista de Comunicação, Cultura e Teoria da Mídia. São Paulo: Cisc, 2003.
- _____. **A era da iconofagia**. Ensaios de comunicação e cultura – São Paulo: Hackers editores, 2005.
- BAITELLO JUNIOR, N.; BARRETO, J. R. A comunicação e os ritos do calendário – Entrevista com Harry Pross. Projekt – **Revista de Cultura Brasileira e Alemã**. São Paulo, n° 7, p. 7-10, Jun. 1992.
- BITUN, R. **Mochileiros da Fé**. São Paulo: Editora Reflexão, 2011.
- BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. S. Paulo: Perspectiva, 2005.
- _____. **Sobre a televisão, seguido de a influência do jornalismo e os jogos olímpicos**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.
- CAMPBELL, J. **As máscaras de Deus**. São Paulo: Palas Athena, 1992.
- CAMPOS, L. S. **Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- CONTRERA, M. S. **Mediosfera: meios, imaginários e desencantamento do mundo**. São Paulo: Annablume, 2010.
- _____. (2004). **Jornalismo e realidade**. São Paulo: Ed. do Mackenzie.

- DIAS, A.P. **Domingão do cristão: Estratégias de comunicação da Igreja Católica.** São Paulo: Salesiana, 2001.
- DENCKER, A.de F. M. e DA VIÁ, S.C. **Pesquisa empírica em ciências sociais: com ênfase em comunicação.** São Paulo: Futura, 2001.
- ELIADE, M. **O Sagrado e o profano.** Lisboa, Portugal: Livros do Brasil, 1992.
- _____. **Imagens e símbolos.** Martins Fontes, SP, Brasil, 1991.
- ENGEMAN, Carlos. **O poder da Fé: opção religiosa, prosperidade e poder na mídia brasileira na virada do milênio.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2007.
- FERRARA, L. D. **Comunicação, Espaço cultura.** São Paulo: Annablume, 2008.
- FLUSSER, V. **Da religiosidade: a literatura e o senso de realidade.** São Paulo: Escrituras Editora, 2002.
- _____. **Filosofia da Caixa Preta: ensaios para uma futura filosofia da fotografia.** Rio de Janeiro: RelumeDumará, 2002.
- _____. **O Universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade.** São Paulo: Annablume, 2008.
- FONTELES, H.A. **Programa Show da Fé: um retrato da construção midiática da imagem religiosa evangélica.** Dissertação de Mestrado, UNIP, 2007.
- _____. **Fé na mídia: um estudo das imagens técnicas (tv record) como estratégia de comunicação e sobrevivência da igreja universal do reino de deus.** Tese de doutorado. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica, PUC-SP, 2012.
- FOUCAULT, M. **O Poder Simbólico,** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- GEBAUER, G; WULF, C. **Mimese na cultura: agir social, rituais e jogos, produções estéticas.** São Paulo: Annablume, 2004.
- GIL, A. C. **Como elaborar projeto de pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1999.
- GIUMBELLI, E. **O Fim da Religião: dilemas da liberdade religiosa no Brasil e na França.** São Paulo: Atlas Editorial, 2008.
- GOMES, A.M. A Contribuição de Émile Durkheim para o estudo das representações sociais. In: **Revista Ciências da Religião: História e Sociedade;** Ano 1 n.1. São Paulo: Editora Mackenzie, 2003.
- GOMES, E. de C. **A Era das Catedrais: autenticidade em exibição.** Tese. Centro de Ciências Sociais. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2004.

- JAPIASSU, H. **Interdisciplinaridade e patologia do saber**. Rio de Janeiro: Imago, 1976.
- KLEIN, A. **Imagens de culto e imagens da Mídia: Interferências midiáticas no cenário religioso**. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – PUC de São Paulo, São Paulo, 2004.
- KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber**. 3. Ed. Rio de Janeiro: Elsevier/ Campus, 2004.
- LAKATOS; MARCONI. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1993.
- LAGES, S. K. **Walter Benjamin: Tradução e Melancolia**. São Paulo: Ed. Da USP - EDUSP, 2002.
- MACHADO, A. **A Televisão levada a sério**. São Paulo: Editora SENAC, 2000.
- MACHADO, L.M. C. P. (1998) Paisagem: conceituação, percepção e descrição. In: OLIVEIRA, Livia de.; MACHADO, Lucy Marion Calderini Philadepho. **3º Encontro Interdisciplinar sobre o estudo da paisagem**. Rio Claro: UNESP, 1998. V.1. 154 p. (Cadernos Paisagem / Paisagens).
- MARCONDES FILHO, C. **Televisão: a vida pelo vídeo**. São Paulo: Moderna, 1988.
- _____ (org.). **Dicionário de Comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.
- MARTINEZ, M. **Jornada do Herói** - estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo. São Paulo: Annablume/Fapesp, 2008.
- MININNI, G. **Psicologia cultural da mídia**. São Paulo: A Girafa Editora: Edições SESC SP, 2008.
- MORIN, E. **Cultura de Massa no século XX: neurose**. Trad. de Maura Ribeiro Sardinha. 9. ed., Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- _____. **O método 4**. vols. Europa-América, Lisboa, Portugal, 2005.
- _____. **Ética solidariedade e complexidade**. Palas Athena, S. Paulo, 1998.
- NERI, M. **A Nova Classe Média**. SP: Saraiva, 2012
- ORTIZ, R. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Brasiliense, 2001.
- PIAGET, J. **A epistemologia genética**. Sabedoria e ilusões da filosofia. Problemas de Psicologia Genética. São Paulo: Abril Cultural, 1983.
- PIERUCCI, A F. **O desencantamento do mundo: todos os passos do conceito em Max Weber**. 2. Ed. São Paulo: Ed. 34, 2005.

- PRIGOGINE, I. **Ciência, razão e paixão**. São Paulo: Editora Livraria da Física, 2009.
- PROSS, H.(1972). **Violência simbólica e Violência física. ¿QUÉ MIRAS?** Primer congreso internacional sobre infancia, juventud y comunicación audiovisual. Andreu López Blasco, Valencia: Generalitat Valenciana,1991. Disponível em: <www.cisc.org.br, <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/violenciasimbolica.pdf>>. Acesso em: 20 abr. 2010.
- QUIVY, R; CAMPENHOUDT, L. V. **Manual de Investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gravida, 1998.
- SELLTIZ, ET alii. **Método de Pesquisa nas Relações Sociais**. Tradução de Dante Moreira Leite. São Paulo: EPU, 1993.
- SERVA, L. **Jornalismo e Desinformação**. SP: SENAC, 2001.
- SILVA, V. G. da. **Concepções religiosas afro-brasileiras e neopentecostais: uma análise simbólica**. Revista. USP [online]. 2005, n.67, pp. 150-175. ISSN 0103-9989
- TIBURI, M. **Olho de vidro: a televisão e o estado de exceção da imagem**. Rio de Janeiro: Record, 2011.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2005.
- _____. O paradigma do “agenda setting”: redescoberta do poder do jornalismo. **Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: CECL, n. 21-22, 1995.
- VIEIRA, J. De A. **Ontologia Sistemica e Complexidade: formas de conhecimento – arte e ciência uma visão a partir da complexidade**. Fortaleza: Expressão Gráfica e Editora, 2008.
- VIZEU, A. **O lado oculto do telejornalismo**. Florianópolis: Calandra, 2005.
- VOGLER, C. **A jornada do Escritor**, RJ: Nova Fronteira, 2006.
- YIN, R. K. **Estudo de Caso – Planejamento e Métodos**, Porto Alegre: Bookman, 2001.

NOTAS

1 Este texto faz parte das discussões da tese defendida em maio de 2012 pelo autor do trabalho. Para verificar a metodologia e outras questões, indica-se acessar http://www.sapientia.pucsp.br/tde_busca/processaPesquisa.php?listaDetalhes%5B%5D=12733&processar=Processar

3 Hoje a Igreja Universal tem cerca de 2 milhões de fiéis, 4748 templos e sede em 172 países (Fonte: Revista Época n.587, 17/09/2009) e a Rede Record tem audiência média diária em torno de 9%. De acordo com dados do Ibope em janeiro de 2011 sobre o número de televisores ligados, a Globo marcou 16,5 pontos de média, os OCN e OAPs marcaram 7,7 pontos e a Record registrou 7,4 pontos. Portanto, quase metade do *share*. OCN e OAP são outros aparelhos tais como DVDs, TV a cabo e jogos eletrônicos. Observa-se por esses números uma ascendente migração de audiência para outros tipos de mídia. O acirramento do uso da mídia tem sido intenso pelas neorreligiões. Exemplo: A IURD pagou cerca de R\$ 60 milhões de reais para ocupar o espaço no grupo Bandeirante pela Igreja Mundial liderada pelo seu ex-pastor Valdomiro Santiago. <http://outrocanal.blogfolha.uol.com.br/2013/11/04/guerra-com-mundial-pode-custar-r-60-milhoes-a-igreja-universal/>, acesso 03.11.2013

4 O termo *neorreligiões* visa substituir para este estudo o entendimento de igrejas neopentecostais, pentecostais.

5 Termo correntemente usado para explicar as transformações ocorridas na religião quando esta passa a ser fazer presente e quando suas práticas passam a funcionar por meio eletroeletrônicos – a mídia. Indicam-se alguns grupos de pesquisa que já desenvolvem estudos e pesquisas sobre a temática - <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/noticias-arquivadas/31472-midiatizacao-traz-mudancas-no-campo-religioso>, http://www.metodista.br/sala-de-imprensa/clipping_digital/noticias/agosto/dia-15-de-agosto/estudiosos-debatem-midiatizacao-das-experiencias-religiosas, e para além da questão do uso técnico, estuda-se a questão cultural relacionada à interferência entre mídia (tecnologias) e a religião, http://app-ead.unip-objetivo.br/midiaeducacional/Anexos/Conteudo/C2013/C9/file_3092013084029323.pdf,

6 O termo proposto aponta a confiabilidade da população em relação a instituições no país. Na pesquisa de 2010, de acordo com FGV, a mídia aparece em 3 lugares e a igreja católica em 2 lugares. São dados curiosos que aproximam com a discussão da pesquisa. Fonte: *ICJ Brasil (FGV)* - “As 10 Instituições mais confiáveis do Brasil 2010”, <http://lista10.org/miscelanea/as-10-instituicoes-mais-confiaveis-do-brasil-2010>, acesso dez 2010. Para a fonte pesquisadora, FGV, retratar a **confiança** do cidadão em uma instituição significa identificar se o cidadão acredita que essa instituição cumpre a sua função com qualidade, se faz isso de forma que benefícios de sua atuação sejam maiores que os seus custos e se nessa instituição é levado em conta no dia-a-dia do cidadão comum. Nesse sentido a *Escola de Direito da Fundação Getulio Vargas em São Paulo* divulgou os dados referentes ao 3º trimestre do ano (jul-set) do Índice de Confiança na Justiça (*ICJ Brasil*). Segue o **Top 10: 1º. Forças Armadas: 66%** dos entrevistados confiam; **2º. Igreja Católica: 54%**; **3º. Emissoras de TV: 44%**; **4º. Grandes Empresas: 44%**; **5º. Imprensa Escrita: 41%**; **6º. Governo Federal: 41%**; **7º. Judiciário: 33%**; **8º. Polícia: 33%**; **9º. Congresso Nacional: 20%**; **10º. Partidos Políticos: 8%**. Comentário: Apontamos que a IURD não é listada no índice apresentado. Talvez a TV Record, por ser parte da mídia, esteja no índice citado. De qualquer maneira, as emissoras de TV apontam um elevado índice de confiabilidade.

7 Como nosso intuito é pensar na estratégia de comunicação midiática da IURD, não faremos um relato sobre a estrutura e história dessa igreja. Para isso indicamos: *A Universalização do Reino de Deus*, de Ronaldo Rômulo Machado de Almeida, e *Domingo na Igreja, Sexta-feira no terreiro: as disputas simbólicas entre Igreja Universal do Reino de Deus e Umbanda* (dissertação de Mestrado defendida na faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Departamento de Antropologia, Programa de Pós Graduação em Antropologia Social da USP em 2006), de Antônio Vieira Filho.

8 Segundo Martino (2003, p. 14 *apud* BITUN, 2010, p. 82), as relações entre mídia e religião estruturam-se em uma complexa dialética na qual a compreensão de uma das partes exige o

conhecimento da outra. As mudanças nas formas institucionais de religião levam à necessidade de uso da mídia como estratégia de garantia de existência, ao mesmo tempo em que a mídia gera novas demandas de trabalho simbólico das instituições religiosas. Assim, as novas dinâmicas do campo religioso criam as condições de existência de um canal de circulação dos bens simbólicos religiosos.

9 A atual década é a mais movimentada da TV aberta nos últimos 60 anos, desde que começaram as transmissões no Brasil. Essa movimentação sem dúvida foi desencadeada pela Record, que, no início dos anos 2000, passou a investir maciçamente em programação - algo em torno de R\$ 1 bilhão desde 2004. Dados inéditos sobre PNT (Painel Nacional de Televisão) mostram que o gasto valeu a pena: a participação da Record no universo de TV's ligadas, o chamado *share*, passou de 7,8% em 2004 para 16,9% neste ano (dados obtidos até 30 de setembro). As demais despencaram Globo de 55,7% para 44,4% e SBT de 19,3% para 13,1% respectivamente no mesmo período. Podemos entender que está havendo uma maior oferta de gêneros por meio de novos formatos. Outra reportagem ilustra o crescimento da Record, apontando que esta dobrou o faturamento em três anos e ultrapassou o SBT. Fonte: Revista *Veja* edição 2029, Ano 40, 10.10.2007.

10 Este conceito é emprestado do paradigma de mercado estadunidense em Roger Finke, James McCann, Rodney Stark, Larry Iannacone e William Bainbridge. Indica-se ler STARK, Rodney. *O crescimento do cristianismo: um sociólogo reconsidera a história*. São Paulo: Paulinas, 2006.

11 Indicamos a leitura NERI, Marcelo. *A Nova Classe Média*. SP: Saraiva, 2012. "Classe C, 60%", Revista *Carta Capital* edição n. 651, Ano XVI 22/06/2011 e "Quem é a nova classe média do Brasil", Revista *Época*, edição n. 534, 11/08/2008 e *Jornal O Estado de S. Paulo*, Caderno Economia B - P. B1- B4, Ano 132. n. 43090, 09.10/2011.

12 Indica-se ler Paul Freston (1993) e Mariano (1999) sobre a divisão histórica desse movimento em ondas ou períodos.

13 Antes da Igreja Universal (IURD) tomar posse da TV Record, ela já era uma emissora com história no cenário da televisão brasileira desde 27 de setembro de 1953 e era propriedade da família Machado de Carvalho. "Nos anos 60, a emissora crescia e mantinha o segundo lugar em audiência. Foi nessa época que o empresário e comunicador Sílvio Santos passou a fazer parte da TV Record. Surgia, então, uma nova fase na história da emissora." Fonte: Rede Record - <http://rederecord.r7.com/historia.html>, acesso: 30.07.2011. Nosso estudo irá se concentrar a partir de 1989.

14 A divisão de tempos que ora sugere-se tem fins apenas didáticos para o estudo. Uma pretensão do autor, a fim de articular com os períodos históricos propostos por Flusser. Ora nomeiam-se esses tempos de "período, fase ou momento", evitando repetições de termos.

15 LAGES, Susana Kampff. *Walter Benjamin: Tradução e Melancolia*. São Paulo: Ed. Da USP (EDUSP), 2002. Segundo Rodrigues (2009), essa autora discute a relação entre a tradição e suas representações nas significações e ressignificações feitas pelas pessoas no plano socio-cultural.

16 Vale ressaltar que o uso de galpões, cinemas para as neorreligiões foi importante em termos estratégicos de comunicação. A horizontalidade desses espaços, conforme Klein (2004) permite uma melhor organização para efeitos midiáticos, o que não possível nas igrejas tradicionais. Nestes espaços, as pilastras, janelas, e posição espacial impedem o posicionamento de gruas, câmeras, aparelhagem de som, e etc. Os megatemplos articulam essa ambientação midiática.

17 O bairro do Brás é um exemplo que nos chama atenção. Segundo reportagem veiculada na Revista Folha de São Paulo ou Vejinha São Paulo – domingo, 02.10.2011 - Revista - encarte – a presença dos megatemplos mudou o bairro, pois passa a ser um local de peregrinação de várias denominações.

18 Vagner Gonçalves da Silva faz um interessante estudo sobre a “Guerra Santa” promovida pelas religiões neopentecostais contra os rituais de umbanda e demais religiões afro-brasileiras (SILVA, Vagner Gonçalves da.). *Concepções religiosas afro-brasileiras e neopentecostais: uma análise simbólica*. Rev. USP [online]. 2005 n.67, pp. 150-175. ISSN 0103-9989. Possível acessá-lo em www.revistasusp.sibi.usp.br/scielo.php?pid=S0...Silva, em seu estudo, aponta que elementos de simbologia cruzados entre as matrizes religiosas dos rituais afro-católicos e neopentecostais que explicam o porquê dessa apropriação pela IURD para ter mais penetração na cultura popular brasileira, que é sincrética, híbrida e permeada pela magia. “[...] que catolicismo, neopentecostalismo e candomblé enfatizam termos diferentes de uma mesma tríade formada por homens, deuses e animais. No primeiro, celebra-se a morte do Cordeiro de Deus em nome dos homens; no segundo, a morte do demônio nos homens por meio do sangue do Cordeiro e, no candomblé, a morte dos animais (cordeiros) em nome dos deuses e dos homens”. Embora nosso estudo faça um recorte sobre o afastamento da IURD na Record, deixando a religiosidade para o horário noturno, indicamos o quanto à leitura e a interpretação das crendices populares são demonizadas e depois mimetizadas e reelaboradas pela IURD aqui no Brasil e nos demais países onde se estrutura. No quadro a seguir, apresentamos esse esquema e formas de utilização das crendices que se transformam em estratégias comunicativas (pseudo) vinculatórias elaboradas e utilizadas na IURD.

Candomblé jeje-nagô		Candomblé angola		Neopentecostalismo		
Orixá/Vodum Erê	Inquice Erê	Caboco	Preto-Velho	Exu Pombagira Encosto Demônio	Deus-Pai Deus-Filho (Jesus) Espírito Santo	Mãe de Deus (Maria) Santos
(direita) “mais luz”		Umbanda		“menos luz” (esquerda)		Catolicismo
				Quimbanda		

Data Catolicismo	Religiões afro-brasileiras	Neopentecostalismo (Iurd)
20 de janeiro São Sebastião	Oxóssi e Caboco (relação com a mata e elementos da natureza).	Ritos com ervas, infusões, sal grosso, óleos sagrados.
Domingo de Ramos Distribuição de palmas		Distribuição de rosas.
Quaresma Sexta-feira da Paixão Jejum; penitência ao corpo	Lorogun (ritual de encerramento das atividades dos terreiros). Fechamento de corpo (abertura de cortes rituais: curas ou aberês, início do ano litúrgico). Giras de exu e pombagira (relação com o corpo e sexualidade).	Ritos com flores (rosa branca), perfume do amor, banhos com água fluidificada, sabonetes abençoados de descarrego, limpeza ritual das roupas dos enfermos. Fechamento de corpo.
13 de maio Abolição	Preto-Velho (benzedor, sabedor de mandingas).	Ritos com arruda, sal grosso, panos coloridos, pétalas de rosa, chás de 7 dias.

24 de junho – São João 29 de junho – São Pedro	Fogueira de Xangô.	Fogueira Santa de Israel. Purificação pelo fogo. Chave da fortuna (casa própria, abertura dos caminhos, etc.).
16 de agosto São Roque	Obaluaiê. Festa de Olubajé (relação com saúde, doença e morte).	Mês dos encostos. Sessão espiritual de descarrego.
27 de setembro Cosme e Damião	Festa de Erês ou Ibejis (mês das crianças).	Distribuição de balas e doces sagrados.
12 de outubro Nossa Senhora Aparecida (Peregrinação em massa à cidade de Aparecida do Norte para pagamento de promessa).		Concentração em massa em estádios para a realização de curas e recebimento de bênçãos.
2 de novembro Finados (Dia das almas)	Corrente das almas (cuidados com os mortos).	Pregação em cemitérios. Corrente da mesa branca.
4 de dezembro Santa Bárbara 8 de dezembro Nossa Senhora da Conceição 2 de fevereiro Nossa Sra. das Navegantes	Festa das labás (orixás femininos). Festa de Iemanjá na praia (entrega de presentes nas águas: perfumes, pentes, espelhos, etc.).	Ritos na praia. Uso de perfumes, pentes, sa-bonetes, etc.

19 Talvez, isso explique o surgimento dos grandes movimentos de marchas e paradas na atual sociedade como forma de legitimação do grupo na cidade ao tomar posse simbolicamente do lugar por meio da marcha. Esse tipo de discurso pode ser ouvido nas “Marchas para Jesus”. Último evento reuniu cerca de três milhões de pessoas em São Paulo.

20 Pode-se acompanhar a construção e as doações virtualmente pelo site <http://www.otemplodesalomao.com/> Por que IURD não decidiu construir imediatamente o templo visto que tem dinheiro para tal? A provocação e o chamamento a doações compromete o ofertante com suas crenças, além de ser uma forma de arrecadação.

21 Em 2014 a IURD inaugura uma versão brasileira do Templo de Salomão na região central da cidade de São Paulo, acessar: <http://www.youtube.com/watch?v=DGhi5vWtUQM>

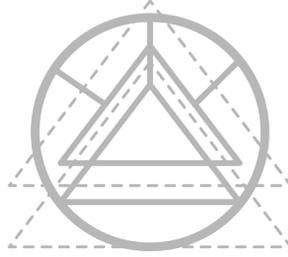
22 A IURD em 2010 criou uma ação religiosa em alguns templos com acessibilidade denominada “Drive-thru” da fé. O motorista sem sair do carro, adentra o espaço da igreja pelo estacionamento, recebe uma oração de 05 minutos, e retira-se. No agito da cidade, trânsito, correria, uma breve oração, parece ser um “alimento” simbólico para o sujeito aflito. Traz organização aos caos do dia. Fonte http://www.arcauniversal.com/iurd/noticias/igreja_universal_oferece_drive-thru_da_oracao-987.html e <http://www1.folha.uol.com.br/multimedia/videocasts/749650-igreja-oferece-drive-thru-de-oracao-em-via-congestionada-de-sp.shtml>, acesso 12/06/2010.

23 Em resposta a um questionário enviado via e-mail o chanceler da Universidade Presbiteriana Mackenzie, Prof. Dr. Rev. Augustus Nicodemos Lopes, admite de certo modo que as igrejas neopentecostais são oriundas da reforma protestante do século 16. Respondendo a questão 01 diz: 1. Podemos afirmar que a gênese das igrejas neopentecostais está na Reforma Protestante do século 16? Se ou não, e por quê? A resposta é sim e não. Não, por que boa parte das ideias do movimento neopentecostal já havia aparecido muito antes da Reforma no seio da cristandade. Refiro-me a movimentos como o montanismo, do século II, na Ásia Menor, que acreditavam em novas revelações, manifestações extraordinárias do Espírito Santo e na continuidade do dom de apóstolo. Outros grupos semelhantes, existindo à margem do cristianismo oficial, sempre acompanharam a trajetória da Igreja Cristã. Todavia, foi somente

após a Reforma que estes grupos puderam se organizar e alcançar o *status* de igrejas, denominações, e finalmente se tornar uma das forças mais influentes dentro da cristandade atual no Ocidente. Já na Reforma, Calvino e outros reformadores tiveram de enfrentar as reivindicações dos “entusiastas”, um grupo de profetas alemães que diziam que Deus lhes falava de forma direta, dos céus.

24 Pross tipifica a mídia (suporte) em três dimensões. A primária, cujo suporte é o corpo; a secundária, cujo suporte baseia-se na escrita/papel; e a terciária, cujo suporte de dá por meio eletroeletrônicos.

25 Usamos *narrativizar* e *ficcionar* para dar a ideia de que as personagens são mais importantes que a história e o que relato do acontecimento sobrepõe-se ao fato. Sendo assim, as angulações ganham espaço, sensacionalizando a história, esquemas que visam “tematizar” a realidade retratada pela notícia ou programa.



REATUALIZAÇÃO DO MITO DA MORTE INICIÁTICA: A REENCENAÇÃO DA VIA CRUCIS DURANTE A JORNADA MUNDIAL DA JUVENTUDE

**ELZA KIOKO NAKAYAMA NENOKI DO COUTO¹
LORENA ARAÚJO DE OLIVEIRA BORGES²**

Ao estudar eventos e grandes espetáculos no Prefácio e na Introdução de sua obra *Le décor mythique de La Chartreuse de Parme*, na terceira edição francesa, Durand (1983) se preocupa em definir o que chama de “estrutura” e recomenda para que não se faça a confusão com o termo “forma”. Para esse autor, “[u]ma estrutura é um conjunto dinâmico; isto é, um sistema de forças ou de imagens antagônicas” (DURAND, 1983, p. 05), sistema que, por sua vez, compreende “constelações de imagens coerentes e estáveis chamadas arquétipos”. Acrescenta, ainda, que não se pode conceber um pensamento sem imagens, e estas, ao se organizarem

1 Professora do Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística, da Universidade Federal de Goiás (UFG). Líder do NELIM - Núcleo de Estudos de Ecolinguística e Imaginário, com ênfase em Análise do Discurso, Ecolinguística, Linguística Ecológica, Análise do Discurso Ecológica, Antropologia do Imaginário. E-mail: kiokoelza@gmail.com

2 Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da UnB (2015-2018). Mestre em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística pela UFG. Membro do NELIM (UFG). E-mail: lorena.aoborges@gmail.com

ou se “polarizarem, criam formalmente, o que se chama estilística” (DURAND, 1983, p. 06). É por meio da estilística que as diversas formas, sejam literárias, musicais, dramáticas ou plásticas, conseguem ser entendidas imediata e facilmente pelo indivíduo. Se a música e os espetáculos evidenciam logo o seu sentido, pois têm um suporte semântico³ e implicam processos “instaurativos”, o mesmo não acontece com a língua. Esta exige um processo de decodificação e, exatamente por isso, torna-se menos direta e rápida. É por isso que os romances demandam um longo percurso de construção dramática. A relação com o mosteiro, em *O Vermelho e o Negro*, por exemplo, é o dispositivo espacial escolhido por Stendhal para situar a história de amor de Madame de Rênal e Julien Sorel, história que, por ser transmitida apenas pelo código linguístico, implica a criação de textos em várias páginas e capítulos para comover seu leitor.

Nesse sentido, o primeiro dado importante a se considerar no exame da estética de obras espetaculares, como as que ocorreram durante a Jornada Mundial da Juventude no Brasil, é a observação de como elas mostram, propagam e expandem as formas do mítico. Durand, repetindo Lévi Strauss, esclarece que o mítico é, dentre as várias formas do discurso, a que é menos modificada em seu processo de transmissão. Tal fato acontece porque o mito, assim como boa parte da literatura popular ou infantil, se liga mais ao estado ou à natureza da alma humana e menos à do mundo. Além disso, podem, sem grandes esforços, ser reproduzidos ou focalizados no plano de sua compreensão e propagação e, exatamente por isso, ganham facilmente os espaços midiáticos, como a televisão.

O segundo dado importante para a implantação e difusão de obras espetaculares é distinguir, com mais clareza, os termos *imaginação* e *imaginário*. A imaginação é a atividade ou a faculdade de criar, reconhecer, assimilar, memorizar e reproduzir imagens reais ou fantásticas. Constitui, por exemplo, a capacidade de planejar ou promover eventos, criar cenários, grandes cenas e sensações, de tal

3 Durand adota a distinção estabelecida por Saussure acerca desses dois conceitos: a verdade da semântica é de segunda mão, pois pede mediação ou representatividade de algo que está fora de seu processo.

modo fascinantes ou sensibilizadoras que podem marcar a consciência do expectador, estabelecendo-se como algo ao qual ele pertence, não apenas ilusoriamente, mas efetivamente. Neste caso, os apelos à imaginação são fortes, uma vez que é possível ao expectador deixar de ser ilusoriamente participante ou apenas observador para se sentir integrado ao tema em questão. Tal observação nos faz atentar, como sugere Durand (1993), para o fato de que

[t]odo simbolismo é, pois, uma espécie de gnose, isto é, um processo de mediação por meio de um conhecimento concreto e experimental. Como uma determinada gnose, o símbolo é um “reconhecimento beatificante” um “conhecimento salvador” que, previamente, não tem necessidade de um intermediário social, isto é, sacramental e eclesialístico (DURAND, 1993, p. 31).

A partir dessa perspectiva, faz-se necessário retomar a questão do simbolismo a fim de esclarecer que todo símbolo remete para algo, mas não se reduz a uma única coisa. Ao contrário, liga-se ao sentido espiritual do instinto que, mostrando-se naturalmente ambíguo, torna-se o que Jung classificou como “arquetipo”. Durand complementa essa classificação apontando que

[o] arquetipo é, pois, uma forma dinâmica, uma estrutura organizadora das imagens, mas que transvaza sempre as concreções individuais, biográficas, regionais e sociais, da formação das imagens (DURAND, 1993, p. 56).

O simbolismo torna-se, assim, um processo que busca implantar um equilíbrio biológico, psíquico e sociológico, pois, afinal, é esta a função da imaginação. Esse, provavelmente, também foi o objetivo da Jornada Mundial da Juventude na reencenação da *via crucis* de Jesus até o Calvário.

Se na antropologia do imaginário a imagem funciona como símbolo geral – entendido como a conjugação de um sentido e de uma imagem, ou seja, de um aspecto vivido (no qual se manifesta o sentido) e de um componente espacial (no qual se manifesta a

imagem) –, pode-se dizer que ela é formada de um quadro, onde a imagem se revela símbolo porque, mantendo suas raízes tanto no sensível quanto no inteligível, recebe igualmente as significações das experiências vividas na subjetividade e na objetividade do cotidiano. Dessa maneira, a imagem se organiza de forma emblemática: distancia-se, ao mesmo tempo, do particular e do universal, mas com o objetivo de articular os dois de modo a fazer o universal ser intuído no particular e o global ser formado do local. Essa articulação é a responsável pela transformação da imagem/signo em imagem/símbolo. A expressão metafórica, por sua vez, surge quando a imagem/signo assume a natureza de imagem/símbolo, na qual o particular se estrutura com o geral e possibilita a transcendência de um sentido local para um sentido global, ou vice-versa.

No plano do simbolismo, Strôngoli aponta que

a metáfora não diz, portanto, respeito à realidade específica de uma situação ou pessoa; confirma apenas uma realidade universal: a da humanidade ou do mundo em geral, ou melhor, dos arquétipos. [...] A metáfora, participando da natureza do símbolo pela atividade de substituição possibilita, assim, ao indivíduo a liberdade de aceitá-la como imagem metafórica ou apenas como signo vazio de seu simbolismo. Entretanto, se há liberdade para escolha, não há liberdade para se chegar ao *insight*: o indivíduo necessita aderir à imagem/símbolo para esta *iluminar* a compreensão da nova realidade ou direção semântica (STRÔNGOLI, 2002, p. 199-200).

Assim, do ponto de vista da antropologia durandiana, a imagem se destaca por sua transcendência e é sob este aspecto que deve ser relacionada à metáfora, afinal a transcendência está no cerne de sua constituição.

A metáfora, nesse artigo, não está circunscrita apenas à *percepção e experiência de uma boa parte do mundo*, como afirma Lakoff & Johnson (2002, p. 358). Acrescenta-se a isso que as metáforas são faculdades imaginativo-passional do sujeito. Afinal, se a linguagem existe para falarmos do mundo, a metáfora é um recurso que usamos para aumentar nosso poder referencial, para

umentar nossa capacidade de falar do mundo, requisitando na sua criação as potencialidades semânticas do símbolo, pois só o símbolo, enraizando-se na profundidade da vida e do ser, é que se reveste de poder e de eficácia para representar, essencialmente, o ser e o existir do sujeito pela linguagem não só da poesia, mas também de nossa linguagem e atos cotidianos.

Nessa perspectiva, é necessário focalizar não só a natureza da imaginação, mas também a do imaginário. O *imaginário* é o modo particular de o indivíduo operacionalizar a faculdade da imaginação, de pô-la em prática, articulando e configurando imagens nos dois polos. Ele se manifesta diversamente de um indivíduo para outro ou mesmo no próprio indivíduo, devido, como afirma Durand (1989), às diferenças nascidas dos imperativos de seu biologismo, de seu psiquismo e de suas pulsões, bem como das intimações de seu meio social.

Voltando à encenação da *via crucis* durante a Jornada Mundial da Juventude/2013, observa-se que a imaginação faculta presentificar imagens que se revestem de dois polos, o bem e o mal, a vida e a morte; mas é o imaginário que constrói a interação tensional nascida de suas diferenças e similitudes, dando-lhes contornos e dimensões semânticos específicos. Assim, diante dessas imagens, o indivíduo vai articular outras em função de seus imperativos subjetivos (idade, gênero, temperamento e pulsões) e de suas intimações objetivas (função e contexto sociais). As funções e contexto sociais de um indivíduo podem motivá-lo, por exemplo, a articular ao bem imagens da não-violência, da paz, do amor e da fé que, confrontadas com as articuladas por outro indivíduo, em função ou contexto social diferente, evidenciam configurações que certamente darão à imagem de violência, injustiça, agressividade criando, do ponto de vista da subjetividade, sentimentos diversos que podem conotar pesar ou revolta, satisfação ou orgulho, e revelar acentos positivos ou negativos para um ou outro polo semântico.

E se aqui podemos aproximar metáfora de imaginação e imaginário é porque na configuração desses processos há uma forma particular de configuração que, escapando de toda coação lógica

e objetivante, dela se libera para instaurar, num nível mais alto, o poder figurador dos símbolos e das analogias. A metáfora, conforme aponta Durand (1989, p. 285), é o processo de expressão do imaginário, “esse poder que tem o espírito, cada vez que pensa, de renovar a terminologia”.

Cabe a nós, agora, estudar como a imaginação se programa para tal função, arregimentando imagens e símbolos para possibilitar que, em seguida, o imaginário se manifeste para pôr ordem no caos da interação dos vários símbolos e estruturas, pois, como já sabemos, se a imaginação é uma faculdade, o imaginário é o responsável pela elaboração de suas estruturas, aquelas que atingem significativamente o expectador.

A VIA CRUCIS: DA IMAGINAÇÃO AO IMAGINÁRIO

O desfile da *via crucis* até o Calvário, realizado durante a Jornada Mundial da Juventude/2013, é o resultado da imaginação de um grupo de pessoas e foi precedido por estudos, pesquisas, organogramas, assim como por inúmeras discussões e ensaios no plano da realização. É, simplesmente, o resultado concreto, visível, operável por mais de 300 atores que se deleitaram em vivenciar a grandeza das cenas vistas e reconhecidas por milhões de pessoas *in loco* ou na TV, como um fato valioso da imaginação. Foi o ponto culminante da Jornada realizada pela Igreja Católica Apostólica e Romana no Brasil, movimento que levou quase um milhão de fiéis à praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, no início da noite de sexta-feira de 23 de agosto de 2013.

As quatorze estações reproduziam o trajeto percorrido por Jesus na cidade de Jerusalém. O trajeto, entretanto, foi configurado de acordo com a imaginação do brasileiro. Assim, a (re)encenação desse ritual ocorreu num percurso de 900 metros da Avenida Atlântica, entre a Pedra do Arpoador e a Escadaria Selarón, na Lapa, sendo finalizada no palco central, de onde o Papa Francisco assistia a celebração.

A Cruz Peregrina, o principal símbolo da Jornada, começou

a ser construída na semana santa de 1983 e foi finalizada para a semana santa do ano seguinte. Foi doada por João Paulo II para o Centro Juvenil Internacional de São Lourenço, Roma. Esta cruz inaugurou a estilística do imaginário dessa *via crucis*: dar voz à juventude e ajudá-la em seu desenvolvimento. O tamanho dela (3,80m) deu força ao sentido de seu arquétipo, a saber, o de mal do mundo. Este é simbolizado em dois espaços paralelos, mas diferentes: o situado mais alto possibilita o trajeto sofrido de Jesus na antiguidade; o situado mais próximo ao rez do chão da avenida concentrou a repetição de infortúnios, desafios, deficiências e males que trazem sofrimento à juventude brasileira e, ao mesmo tempo, a motivação para suportá-los.

Carregada em sua posição horizontal, por jovens com vestes simples, brancas e cinzas, usando luvas vermelhas, a Cruz estava ornada com uma coroa de espinhos a partir da qual saíam longas fitas nas cores amarelo a branco, que eram seguradas por outros jovens. A cruz só foi suspensa verticalmente ao chegar em frente a cada estação da *via crucis*, momento em que se descreviam, primeiro os males de Jesus em seu trajeto, depois, cenas referentes a problemas sociais, seguida de meditações sobre as dificuldades de vários grupos sociais brasileiros.

O simbolismo da cruz se reporta facilmente ao da árvore, posto que esta se dirige para cima. É, segundo Durand, o arquétipo da totalidade do mundo, sobretudo se estiver no sentido horizontal, pois mostra a reunião dos contrários ou, quando alçada verticalmente, a união do Yang e do Yin. De acordo com Eliade (2004: 184), o simbolismo da Cruz integra os símbolos da Árvore Cósmica e do Centro do Mundo. “A Cruz é descrita como uma «árvore que sobe da Terra aos Céus», como a «Árvore de Vida plantada no Calvário», a árvore que «saindo das profundezas da Terra, se ergueu para o Céu e santifica até aos confins do Universo». Assim, ela pode ser considerada “o sinal visível da Redenção efectuada por Jesus Cristo [...]. E como a Redenção se estende a toda a humanidade, a Cruz deveria situar-se no Centro do Mundo, a fim de santificar o Universo inteiro” (ELIADE, 2004, p. 185).

Após a meditação realizada em cada uma das estações e suas exortações dramáticas, os jovens carregavam novamente a Cruz até a próxima estação ao som das matracas e da orquestra sinfônica de Barra Mansa (RJ). Acompanhando este cortejo, um grupo com cerca de 20 coroinhas incensava toda a Avenida Atlântica. A meditação culminou no palco central de Copacabana, onde o Papa e mais 200 jovens receberam a Cruz da Jornada e, juntos com os demais peregrinos, contemplaram o sepultamento de Cristo.

Sabe-se que todo o barulho ou ruído, seja melodioso ou não, constitui a forma de alcançar a percepção do outro, tanto para o bem como para o mal. Neste caso, a matraca pretendeu afastar o Mal e a música desejou aproximar o Bem; incensar, por sua vez, faz parte da mesma estilística: afastar os maus espíritos e espalhar o aroma do bem. Como o incenso é manipulado por coroinhas, recebe também o sentido de pureza da formalidade eclesial, sobretudo porque vestem a bata branca sobre uma peça vermelha, conforme determinado pela igreja.

Bem acima do plano do desfile da procissão, sobre a areia, de costas para o mar, via-se o altar que se integrava, também, na estilística da força do divino, como se fosse um produto da natureza, criado para indicar a presença do Senhor nas alturas e, ao mesmo tempo, o poder do homem em tirar proveito dessa mesma natureza. Assim, sobre uma elevação que se alcançava por meio de degraus e de rampa, chegava-se ao espaço do trono, de onde era possível ver todo o povo. Atrás do trono havia uma forma retangular, de material aparentemente leve, que descia da parte de trás da cobertura abaulada de vidro, alcançava o piso do trono, depois, em forma de tapete vermelho cobria as escadas e, finalmente, a rampa que chegava até a rua. Sua cor variava conforme a iluminação, indo de vermelho a roxo de acordo com o momento da encenação. Suas linhas verticais formavam um conjunto ascensional impressionante, sinalizando a passagem para um plano superior, compreendido facilmente como o espaço do representante de Deus. Marcou-se assim a diferença de planos: embaixo, o humano, em cima, o divino.

Na frente dessa estrutura, havia a imagem de uma cruz branca e imponente, que possuía um sentido oposto à da cruz carregada pelos jovens. Se a cruz de madeira simbolizava o sofrimento de Cristo, esta, agora, estava prenhe do simbolismo da ressurreição. Se a primeira, envolta na coroa de espinhos, recordava o suplício e a morte, a segunda, imponente e iluminada com uma luz branca, representava a vitória sobre esta (CHEVALIER; GHEERBRANT, 1988, p. 309-317). Assim, a cruz que estava no palco era, ela mesma, representação do filho de Deus enquanto parte da trindade divina e não mais enquanto homem terreno e pecador.

No piso mais alto, na frente da cruz, destacava-se a imagem única do trono, cujo espaldar branco, alto e circular mostrava-se como uma aureola. Foi lá que se sentou o Papa, só e distante dos dois espaços laterais onde se posicionaram, em um, outros religiosos, sentados, discretos e quietos durante toda a apresentação; em outro, os músicos da Orquestra Sinfônica de Barra Mansa. Acima do trono havia uma cobertura de vidro que tinha o objetivo de proteger da chuva. Ela estava bem alta e sua forma se curvava ao cobrir o cenário do trono. Essas linhas tornaram o espaço mais acolhedor, mais leve, mas, ao mesmo tempo, impressionante, porque a faixa de tecido que descia do alto, enquadrava em toda sua largura o trono, dando-lhe o sentido de uma unidade valiosa, mas distante. O papa, sentado só, afastado de todos, traduzia metaforicamente bem a presença de Deus poderoso, solitário, amado e reverenciado, mas longínquo.

Os blocos de jovens e a cruz de madeira ficaram separados do público por meio de cordões ou cercas humanas. Em determinado momento dividiram o espaço com grupos que se alternavam com diretores de cenas, policiais, um batalhão de oficiais da Marinha perfilados militarmente, grupos de religiosos e os atores que se apresentavam em pequenos quadros que ilustravam as estações da *via crucis*. Os diretores de cena deram um sentido dramático aos fatos apresentados, sobretudo quando foram utilizadas estátuas vivas em cenas impactantes, prenhes de sentidos religiosos.

A representação nas estações tiveram duas performances dis-

tintas, mas sempre com a mesma estilística: provar a possibilidade de vencer o sofrimento mediante a ajuda divina. No plano mais alto, apresentam-se as faces do arquétipo mítico: Jesus Cristo. No plano mais baixo, eram retratadas mensagens que tinham o intuito de alcançar e fazer compreender os sofrimentos de jovens inocentes, drogados, violentados pela sociedade, homens e mulheres marginalizados, luta contra o aborto, estímulo à fé, à esperança e à religiosidade feminina; testemunhos de fé voltados, em sua maioria, para a metaforização do mal.

Do ponto de vista desses fatos e pensando na interface entre educação e metáfora pela antropologia do imaginário, surgem algumas perspectivas: as metáforas podem ser percebidas, na *vía crucis*, como ferramentas de ensino e aprendizagem de vida, desde que pensemos na “estilística” a que se refere Durand, na qual se organizam as imagens, os arquétipos e os mitos.

AS MEDITAÇÕES DA VIA CRUCIS

É necessário, antes de qualquer coisa, destacar que a *vía crucis* foi reproduzida de duas formas. Primeiro, no plano mais alto, onde Cristo é configurado como a figura bíblica. Depois, no cenário criado mais abaixo, com jovens da atualidade colocando-se metaforicamente na mesma posição de sofrimento de Cristo. No primeiro plano estava o ensinamento (por meio da figura de Cristo); no segundo, a metáfora que leva à aprendizagem, ou seja, a fé que auxilia, consola e sana os infelizes. A análise que desenvolveremos a seguir vai se restringir ao segundo plano, o da aprendizagem.

PRIMEIRA ESTAÇÃO

O tema é o julgamento de Jesus e sua condenação. A estilística do imaginário optou por tratar do polo oposto: não há a defesa de Cristo, mas referência a jovens inocentes que “todos os dias são condenados à morte pela pobreza, pela violência e por todo tipo de consequências do pecado”. Destaca-se, portanto, outra fonte de

morte: a causada pelas consequências do pecado, pela ausência da presença e ação do governo em geral.

SEGUNDA ESTAÇÃO

Jesus carrega a cruz. A meditação focaliza o momento em que Jesus toma a cruz nos ombros tendo como perspectiva auxiliar o jovem convertido a se regenerar. No cenário, tem-se a presença de atores vestidos de preto, carregando dezenas de cruzeiros aos braços. Assim que a cruz de madeira chega em frente à estação, as cruzeiros são lançadas ao chão, representando o processo de conversão. “Fui convertido pelo teu divino Coração. Tomaste sobre os ombros minhas dores e misérias”, dizia o texto. A aprendizagem está na reflexão.

TERCEIRA ESTAÇÃO

Jesus cai pela primeira vez. Vê-se um jovem pintado de branco levando a cruz, no alto, com um dos joelhos encostado no chão. Os elementos cênicos lembram a fé do povo brasileiro: as filhas de Maria, os romeiros e os peregrinos. A meditação é feita por um jovem voluntário que trabalha numa comunidade de recuperação. Aprende-se a ajudar os outros do ponto de vista comportamental. Aqui é evocada a prece do “voluntário de uma comunidade de recuperação” que quer ser o bom samaritano que “para além dos discursos, tem coragem de levantar quem está caído à beira do caminho e cuidar de suas feridas”.

QUARTA ESTAÇÃO

Jesus encontra a sua mãe aflita. Além da atriz que representa a Virgem Maria, mulheres com seus filhos pequenos compõem o cenário. A meditação afirma “Queremos proclamar com tua mãe: o Senhor fez em mim grandes coisas. Derruba do trono os arrogantes e eleva os humildes. Manifesta o poder de seu braço e nos sustenta

pelo caminho”. Há referência, ainda, às dores das mães que sentem o sofrimento de seus filhos. Uma jovem grávida falou em nome das mães. Além de retratar as dores e sofrimentos que as mães sentem por seus filhos, teve mensagens sobre a valorização e defesa da vida. Aprende-se com a mãe e com outros, jovens e filhos, o valor da mãe.

QUINTA ESTAÇÃO

O palco dessa estação tem um relicário no alto da escadaria. Dentro dele está a imagem de Jesus carregando a cruz e Simão estendendo-lhe a mão. Os elementos escolhidos levam a uma visão celestial e fazem referência à arte sacra popular brasileira, com o rebuscamento do barroco de Aleijadinho. As meditações foram feitas por um jovem chamado ao sacerdócio e reflete o desejo de se configurar como o Cristo Bom Pastor. “Livra-me da tentação dos primeiros lugares e ensina-me a ser um bom pastor”, pede ele. Aqui, os “seminaristas” chamados ao sacerdócio também estão presentes com as suas orações e preocupações. As lições se dirigem, nessa estação, aos futuros padres.

SEXTA ESTAÇÃO

O palco foi inspirado no altar do oratório do convento das Pequenas Irmãs de Jesus, em Jerusalém. No simulacro dele, mulheres representam Verônica, a mulher que teve a coragem e a ousadia de secar o rosto de Jesus no meio de sua agonia até o Calvário. Essa estação reflete a luta em defesa pela vida. Há o aprendizado contra o aborto e o pedido de alguém que, consagrado ao “serviço do irmão” pede forças porque encontra “nas vias-sacras da vida tantas vítimas de uma «cultura de morte»”.

SÉTIMA ESTAÇÃO

Jesus cai pela segunda vez. Há pessoas vestidas com macacões, representando operários, metalúrgicos, mecânicos e mineiros. No

palco, um contêiner faz referência ao trabalho pesado da construção civil. De dentro dele sai uma estátua viva que representa Cristo caído de joelhos sob sua cruz. Dessa vez, Jesus está no chão, caído, pintado na cor marrom, representando o sofrimento terreno. A meditação leva os jovens a contemplar o papel do namoro no início da construção da família. “Dá-nos a sabedoria de começar a construção pelos fundamentos e não pelo telhado. Ensina-nos que cada escolha exige renúncias”, dizem o casal de namorados que representam aqueles que pretendem “construir uma família”.

OITAVA ESTAÇÃO

Jesus consola as mulheres de Jerusalém. Há nesta encenação 15 mulheres que representam a mulher contemporânea em busca de seu papel na sociedade atual. Vestidas como médicas, enfermeiras, professoras, executivas, domésticas, jornalistas, todas carregam uma muda que foi plantada na escadaria do palco assim que a cruz de madeira chegou à estação. A meditação une o sacrifício de Cristo à vocação da mulher, lembrando o sofrimento das mulheres.

NONA ESTAÇÃO

Jesus cai pela terceira vez. Jovens motoboys e cadeirantes sobem até o palco dessa estação enquanto um ator, representando Cristo carregando a cruz de madeira, cai pela terceira vez. Ele reaparece, novamente no alto, iluminado por uma luz branca. Essa estação é dedicada ao cadeirante e é ele que faz a leitura da meditação dessa estação enfatizando a importância de Jesus na vida dos cristãos. “Apenas quem encontra a Verdade, para além dos limites do corpo, fica verdadeiramente de pé”, aponta.

DÉCIMA ESTAÇÃO

Jesus é despojado de suas vestes. Há uma reprodução icônica da Basílica da Ressurreição de Jerusalém. A rampa sinuosa do pal-

co estação, coberta com um tapete vermelho, criou uma perspectiva rumo ao céu. Um ator representando Cristo flagelado sobe a rampa sozinho e, no topo dela, abre os braços, representando uma cruz. “Olhando para o teu despojamento total no caminho da cruz eu peço em nome da minha geração: que a tua graça nos ensine os caminhos para evangelizar o ‘continente digital’”, aponta a meditação. Fala, ainda, sobre os jovens conectados pela internet, e lembra a formação das redes sociais. Após referir-se à inclusão digital, pede enfaticamente: “Que a tua graça nos ensine os caminhos para evangelizar o ‘continente digital’ e nos deixar atentos à possível dependência ou confusão entre o real e o virtual”.

DÉCIMA PRIMEIRA ESTAÇÃO

Jesus é pregado na cruz. Há uma referência aos carcerários, ou seja, são lembrados os milhões de jovens presidiários. Os degraus do palco da Estação levam a um muro grande e imponente. Vestidos de terno e gravata, homens angustiados se ajoelham em oração. Por uma porta giratória, no meio do muro, Cristo aparece em cena, com o corpo pintado na mesma textura do muro, mas logo desaparece. A meditação é feita por um jovem da pastoral carcerária e fala sobre aqueles que perderam a liberdade, mostrando que os sofrimentos de Cristo libertam a todos de suas prisões. Também afirma que Jesus ama os tanto os justos quanto os pecadores.

DÉCIMA SEGUNDA ESTAÇÃO

Jesus morre na cruz. O palco também traz um muro grande com muitas janelas e uma porta, que são abertas durante a encenação. Os atores caem de joelhos, com as mãos no chão, quando a porta é aberta e uma luz forte emana de lá de dentro. Aqui há pessoas vestidas de enfermeiros, carregando macas e cadeiras de rodas. A cena da estação faz referência às pessoas com doenças terminais e tem elementos que indicam a luz de Cristo, refletindo a ideia de morte. A meditação dessa estação fala sobre os

jovens que estão próximos da morte, levando os peregrinos a unirem suas dores às dores de Cristo.

DÉCIMA TERCEIRA ESTAÇÃO

Jesus é descido da cruz. No centro do palco, duas figuras brancas se apresentam como a Pietá, de Michelangelo. As figuras são coloridas por luzes intensas, vermelha e amarela. Do alto, caem tecidos vermelhos com bolas na extremidade mais próxima do palco, se assemelhando ao sangue que escorre. Antes da meditação, as figuras brancas são retiradas para o fundo do palco. Essa estação é dedicada ao jovem com deficiência auditiva. O texto é sinalizado em Libras e traduzido por uma jovem: “Existem momentos em que o silêncio e a contemplação falam muito mais”.

DÉCIMA QUARTA ESTAÇÃO

Jesus é sepultado. A Cruz Peregrina é posta no palco central de Copacabana, onde se encontrava o Papa Francisco, além de voluntários, artistas e músicos. A quantidade de pessoas simboliza o mundo inteiro. A meditação é lida por jovens dos cinco continentes, a fim de fazerem preces pela evangelização em suas regiões, destacando o que é mais urgente em cada país. A *via crucis* é encerrada pelo Papa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A *via crucis* representa o sofrimento de Jesus no momento de sua morte e ressurreição. Sua reencenação ritualística reatualiza o mito divino, o acontecimento primordial narrado pelo mito. Segundo Eliade (2004, p. 172), é também nesse momento que os participantes são, progressivamente, introduzidos à presença divina e aos mistérios que ela encerra. Trata-se, portanto, de uma morte iniciática, na medida em que introduz os participantes nos segredos daquela manifestação religiosa.

A morte iniciática é portanto a repetição da morte do Ser sobrenatural, fundador do Mistério. Desde que, durante a iniciação, se *repita* o drama primordial, *reproduz-se* também o destino do Ser sobrenatural: a sua morte violenta. Graças à antecipação ritual, a morte é também santificada, carregada de valor religioso (ELIADE, 2004, p. 198).

Assim, reencenar a morte de Cristo é apresentar, ao fiel, o caminho da *salvação*, da redenção dos pecados e regeneração espiritual, o caminho da imortalidade da alma. Exatamente por isso a *via crucis* é reatualizada anualmente, por todas as igrejas católicas, durante a Semana Santa.

Reencenar é reatualizar, trazer para a contemporaneidade o sofrimento de Cristo e torná-lo compreensível para aqueles que participam desse fenômeno. Exatamente por isso as meditações da *via crucis* da Jornada Mundial da Juventude se fazem necessárias. Não basta, nesse sentido, reinterpretar os sofrimentos de Cristo, mas também compreender como eles se materializam no mundo atual. A cruz da modernidade não é mais de madeira, mas se constitui a partir das inúmeras injustiças, provações e temeridades que o fiel moderno enfrenta, ou seja, representa o mal do mundo, como apontamos anteriormente. As meditações mostram que sofrimentos menores que os de Jesus podem ser vivenciados por todos, mas que com resiliência e persistência é possível alcançar a divinização da alma.

A metaforização da personagem Jesus em pessoas comuns, mas sofridas, acaba por ser a constatação da existência de uma sociedade brasileira injusta, desassistida e pouco solidária. O lugar em que estavam as estações é marcado por paredes quase sempre incompletas, seja de traves de madeira, tijolos ou blocos de pedra. Todas tinham o número da estação marcado em pedra, confirmando a existência desses vários setores e sua real dramaticidade. Conforme aponta Durand (1989: 272), “[a] casa é pois sempre a imagem da intimidade repousante, quer seja templo, palácio ou choupana”.

Nesta jornada, a casa não se restringiu às pessoas, mas a grupos sociais inúmeros e diversificados, pois as meditações não se diri-

giam apenas aos jovens, mas, sobretudo, à população desassistida. A grande lição foi a conscientização acerca dessa realidade social e, ao mesmo tempo, a capacidade de, por meio da estilística do imaginário, visualizar um heroísmo confrontado com uma opressão que, mesmo estando difusa em todo o conjunto narrativo, é suficiente para emocionar a plateia e promover um possível e eficaz comprometimento para instaurar a devida assistência social no país.

A presença do cenário noturno, a proximidade da natureza, como o mar ou a areia, pode ter conservado ou criado a intimidade que leva a liberar sensações mobilizadas pelo ruído das ondas do mar, pelas conversas a meio tom, pelas aragens da vegetação e do próprio espetáculo do céu de modo a instalar, em cada espectador, o que Durand (1983: 235) chama “a intimidade do coração”.

A encenação ao vivo da *via crucis* remete à ideia de sacrifício ao qual foram lançados os mestres e os redentores da humanidade. A redenção se alcança porque se cumpriu um rito: passar pela via do sacrifício para se superar como homem e, assim, tocar no intangível. *Via crucis*, o caminho do sagrado, representa bem tudo o que constitui o mundo dos homens, submetidos aos antagonismos inerentes à condição humana: oscilar entre o justo e o injusto, o belo e o torpe, o bom e o mau. Experimentar tudo o que é execrável para alcançar o inefável. Essa narrativa aconteceu uma vez para acontecer sempre. O sacrifício pressupõe um mártir, um bode expiatório, destinado a não deixar morrer nos homens a esperança da salvação, que pode ser muito bem resumida na súplica: “eu me sacrifiquei para te salvar”. Gandhi, Luther King e Jesus são figuras exemplares desse modelo mítico. Nosso mundo não suporta o sagrado vivo: um homem, quase um Deus.

Marx, Nietzsche e Freud trataram de banir a presença da divindade, mas para eles o divino se circunscrevia ao religioso, uma forma de domesticar os homens, de submetê-los a um conformismo sem escape. O sagrado vai além do religioso: é revolucionário, é educativo, é saneador. Apresenta, aos indivíduos, o caminho que deve ser percorrido, a força que deve ser buscada para se lidar com toda a dor e abnegação necessárias para se transformar num *ser iluminado*.

Nossa sociedade narcísica e utilitária necessita dessa dimensão do sagrado para se libertar desse paradigma esquizofrênico, norteado pela pressa, pela tecnologia e pelo mercado. A reencenação da *via crucis* diz muito mais hoje, nestes tempos de angústia existencial, que no tempo histórico do fato verdadeiro e instila, no imaginário das pessoas, a possibilidade de reverter uma trajetória que nos foi imposta por uma “mão invisível” que nos obrigou a viver emudecendo as vozes do espírito. Certamente, essa mão não é a mão de Deus. E assim, dessacralizados, “egos inflados”, perdemos-nos de nós mesmos, já que a verdadeira humanidade consiste em acatar, acolher, congregar, fraternizar-se com o outro, como se fosse uma pedagogia do sacrifício, a via possível para o alcance do sagrado.

Os ensinamentos da morte iniciática são, portanto, necessários para uma regeneração espiritual, para uma mudança de perspectiva. Ela nos mostra como nos tornarmos *um outro*, um ser que segue os preceitos revelados por uma divindade antepassada. Ou seja, nos conclama a mudarmos nossas atitudes com o intuito de nos assemelharmos a um Ser sobrenatural.

A sua função é a de revelar às novas gerações o sentido profundo da existência e de as ajudar a assumir a responsabilidade de serem um «homem verdadeiro» e, por conseguinte, de participarem na cultura. [...] ela revela, em cada nova geração, um mundo aberto para o trans-humano, um mundo, diríamos, transcendental” (ELIADE, 2004, p. 199).

REFERÊNCIAS

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário dos Símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1988.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1993.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. Lisboa: Presença, 1989.

DURAND, Gilbert. **Le décor mythique de la Chartreuse de Parme**. Paris: José Corti, 1983.

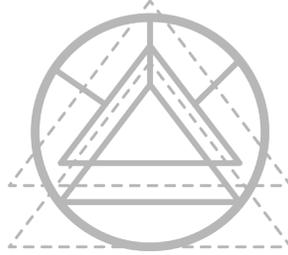
ELIADE, Mircea. **Ritos de iniciação e sociedades secretas**. Lisboa: Ésquilo, 2004.

LAKOFF, G. & JOHNSON, M. **Metáforas da vida cotidiana**. São Paulo: Mercado das Letras, 2002.

STRONGOLI, Maria Thereza. Metáfora: encruzilhadas de signos e símbolos. **Revista ANPOLL**, n. 12, p. 187-215, jan./jun. 2002.



12



MITO, TOTEM E MAGIA NA PUBLICIDADE: ONDE VIVEM OS OBJETOS

HERTZ WENDEL DE CAMARGO¹

Segundo Campbell (2008), o homem não consegue estar no universo sem acreditar em algum arranjo de herança mítica. Neste sentido, entendemos que as narrativas midiáticas possuem em sua genealogia, a partir da sua evolução no tempo, traços das narrativas míticas, pois o mito representa “fonte dos textos e tramas da cultura” (CONTRERA, 1996) e o ambiente de mito foi a origem dos “ambientes de mídia” (BAITELLO JUNIOR, 2014). Por outro lado, o fascínio que hoje exercem os objetos da sociedade do consumo, especialmente os tecnológicos ou automatizados (os automóveis são um bom exemplo), tal qual a relação mágica entre o homem e os objetos de outrora (BAUDRILLARD, 2007), também caracteriza uma herança mítica.

Para Rocha (2010), o totemismo como um sistema de classificação de elementos da natureza, consequentemente, de pessoas e

¹ Professor adjunto do Departamento de Comunicação Social (UFPR), Doutor em Estudos da Linguagem (UEL), professor permanente do PPGCOM-UFPR. Líder do grupo de pesquisa ECCOS (Estudos de Comunicação, Consumo e Sociedade) - E-mail: hertzwendel@gmail.com

grupos sociais relacionados a tais elementos, não desapareceu em nossa cultura, pelo contrário, está presente no sistema da publicidade, que dá biografia, personalidade e identidade a produtos (objetos) para inseri-los na cultura como vivos, independentes, magicamente humanos. Os produtos, portanto, são objetos magicizados pela narrativa publicitária para serem cada vez mais semelhantes ao consumidor, numa relação (narcísica) de fascínio pelo produto.

O mito não é apenas uma narrativa antiga, ancestral, em relação às narrativas midiáticas atuais. O mito é um sistema formado pelo conjunto equilibrado entre narrativa, ritual, totem, tempo e magia, um sistema mítico (CAMARGO, 2013). Esse conjunto, ou partes dele, se manifesta na mídia em diferentes suportes, linguagens, gêneros, discursos, *storytellings*, narrativas. No entanto, verifica-se que existe uma aderência “natural” entre mito e mídias essencialmente audiovisuais, tais como o cinema e a televisão, características exploradas pela publicidade na produção de filmes publicitários.

Apresentados tais pressupostos, este artigo propõe um olhar sobre um dos filmes publicitários da campanha “A revolução na sua garagem” (2016), desenvolvida pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi, especialmente o filme “Garagem”² em que é explorado o ponto de vista de uma garagem ao notar um novo carro estacionado dentro dela, o Honda HR-V. Ao buscar identificar os mecanismos semântico-argumentativos, discursivos e de significação relacionados ao sistema mágico-totêmico, empregamos a metodologia proposta por Vanoye & Goliot-Lété (1994) para sua análise, já que se trata de um produto audiovisual de herança fílmica. Os autores propõem uma análise em dois momentos: a decomposição do filme e a compreensão de como as partes isoladas estabelecem conexões para dar sentido ao todo. Deste modo, separamos os elementos relacionados a uma parte do sistema mítico, o totem, permitindo desenvolver uma interpretação plausível de como a totemização promove, no filme, a complementaridade entre natureza e cultura ao eliminar as características não humanas da garagem e sua rela-

2 Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=f2qGH4U0LsU>

ção com o produto e agregar traços de antropomorfização, para que o consumidor se identifique com a humanidade da garagem e, ao se identificar com ela experimente seu lugar de sujeito e, por fim, tenha sua atenção voltada para o produto.

MITO, NARRATIVA, RITUAL E TOTEM: UM SISTEMA MÍTICO

O senso comum sempre aponta o mito como uma narrativa antiga, ancestral, fábula, portanto, algo do passado e que deixou de existir no mundo moderno. Por outro lado, autores de diferentes áreas de conhecimento revelam por meio de suas investigações que os mitos estão vivos no âmago da cultura, seja no inconsciente coletivo (NEUMANN, 1990; JUNG, 2000), nas relações com o imaginário (DURAND, 2001; CAMPBELL, 2007; ELIADE, 2010; BAUDRILLARD, 2009), nos textos midiáticos (CONTRERA, 1996, 2008; BAITELLO JUNIOR, 2005), na linguagem (CASSIRER, 1992; BARTHES, 2001); e no consumo (BAUDRILLARD, 1991; ROCHA, 2006, 2008, 2010; CAMARGO, 2013).

De maneira geral, podemos dizer que um dos papéis do mito é o de funcionar como roteiro para a interpretação das visões de mundo, comportamentos, espiritualidades, políticas, estéticas e organização social de determinados grupos humanos (tribos, cidades, sociedades, nações) em um dado momento histórico. Devemos considerar que antes do *dizer* e do *falar* o *ser* e o *sentir* já faziam parte da espécie humana (CRIPPA, 1975), ou seja, a formação do mito acontece antes mesmo do surgimento da linguagem quando os arquétipos já estavam presentes e pulsantes no imaginário humano. Com o desenvolvimento da linguagem, o mito toma forma, enfim, nasce como narrativa. Lévi-Strauss (2008: 224) postula que mito e linguagem são indissociáveis, pois “[...] o mito faz parte da língua, é pela palavra que o conhecemos, ele pertence ao discurso”. Portanto, enquanto fala, o mito possui uma estrutura que não apenas tende a se organizar em narrativa, mas a aderir às linguagens e suportes essencialmente estruturados

em narrativas de sua época. No atual contexto histórico, os textos midiáticos formam uma teia de expressão para o mito. Barthes (2001, p. 132) amplia o campo fenomenológico do mito, saindo do campo da antropologia e adentrando a linguagem, quando afirma que “o discurso escrito, assim como a fotografia, o cinema, a reportagem, o esporte, os espetáculos, a publicidade, tudo isso pode servir de suporte à fala mítica”. Em outros termos, segundo Barthes (2001), o mito é uma linguagem que parasita outras linguagens, em contrapartida, também pode ser parasitado pelas narrativas midiáticas.

O mito é uma experiência singular da realidade, que se reveste de dimensões que ultrapassam a simples contação e descrição dos fenômenos culturais, psicológicos e históricos. Mais que palavra falada, narração ou fábula, o mito é proposição da realidade. A experiência mítica é uma experiência do real que se verifica num nível especial da consciência. Nível que corresponde a uma revelação (CRIPPA, 1975, p. 41).

Conforme Durand (2001), o mito é um esboço de racionalização que utiliza o traço do discurso sobre o qual os símbolos se resolvem em palavras e os arquétipos em ideias e, quando analisado, o mito expõe uma estrutura ou um grupo de estruturas que serve para o estudo de ideologias, visões de mundo e terminologias de uma sociedade. No campo da antropologia, há uma vasta coleção de interpretações sobre as narrativas míticas já que, conforme Rocha (2008), para a interpretação do mito como forma de compreender um determinado sistema cultural, a antropologia faz uma analogia do mito com o contexto social. Dessa forma, o mito revela a psique de um grupo humano, sejam quais forem as complexidades desse grupo. Assim, podemos compreender o mito como texto passível de leitura e interpretação que revela tanto o momento histórico quanto as políticas e estéticas que determinam o estar-junto de um determinado grupo humano.

Para Morin (2005, p. 131), o sistema trata-se de “[...] uma inter-relação de elementos constituindo uma entidade ou uma

unidade global” que possui “[...] duas características principais, a primeira é a inter-relação dos elementos, a segunda é a unidade global constituída por esses elementos em inter-relação”. A partir desse conceito e de sua aparente complexidade, o mito se mostra, globalmente, como o conjunto formado entre narrativa (*mythós*), ritual, totem, temporalidade e magia. Cada parte, em si, também constitui outro sistema. No entanto, voltaremos nossa atenção para o sistema totêmico, pois esse sistema, que compõe o complexo mítico, tem por essência tomar determinados elementos da natureza e transformá-los simbolicamente em signos que ocupam o imaginário cultural ao representar determinados grupos sociais. Tais signos são emblemas que se localizam no espaço entre natureza e cultura, promovendo, ao mesmo tempo a complementaridade de ambos e a classificação de coisas, pessoas, grupos e sociedades. O totemismo possui uma estreita ligação com a sociedade do consumo ao passo que, da mesma forma que os totens, os produtos ou referências em suas narrativas são objetos que traduzem em nosso tempo a complementaridade entre natureza e cultura, uma forma de classificação social dos consumidores, expressão do processo de antropomorfização e personalização do não humano, no protagonismo de mitos modernos emergentes das narrativas publicitárias.

SISTEMAS MÁGICO-TOTÊMICOS: O LUGAR DOS OBJETOS

Baudrillard (2007) apresenta uma grande contribuição para a interpretação das complexidades entre o homem e os objetos, uma relação moldada desde um passado em que imperava o pensamento mágico até o dias atuais em que produtos, *gadgets*, aparelhos, máquinas e robôs proliferam, nascem e morrem, encontrando um campo fértil para compor sua mitologia moderna. A proposição de Baudrillard não está na análise da criação de um novo objeto com uma nova funcionalidade, mas o quanto os objetos influem e modificam a nossa humanidade, nosso comportamento e “[...] nos processos pelos quais as pessoas entram em relação com eles

e da sistemática das condutas e das relações humanas que disso resulta” (2007, p. 11).

Em um passado ancestral, no ambiente do mito, a relação do homem com os objetos era mágica. Por exemplo, no passado, um pedaço de madeira utilizado para produzir fogo não poderia ser visto apenas em sua utilidade, mas, também em sua essência simbólica, mágica (um presente dos deuses?), afinal, entender que a fricção desse objeto em outro, produzindo calor a ponto de incendiar outros materiais só poderia ser compreendido como magia ou sagrado. Através da história, a conexão entre os objetos e a consciência humana se intensificou com as inovações tecnológicas, o que Baudrillard chamou de “delírio funcional”. Nesse nível, “[...] o objeto, longe das determinações objetivas, é desta vez tomado inteiramente pelo imaginário (2007, p. 121)”, pois há uma obsessão em criar sempre algo mais fantástico, criativo, inovador, ulterior aos limites da função e, por fim, da humanidade, traços de uma sociedade em que o consumo é um “[...] fato social que atravessa a cena contemporânea de forma inapelável” (ROCHA, 2005, p. 124).

O termo “gadget”, empregado por Baudrillard (2007) para designar as “parafernálias” e seus sentidos na contemporaneidade, especificamente os objetos que detêm tecnologia, resgata uma relação ancestral do homem com os objetos, tal qual uma volta ao paraíso perdido, mas de forma mais intensa. O autor destaca que o início desse processo se dá com o automatismo dos objetos. Primeiramente, os objetos tais como utensílios, ferramentas, móveis e o espaços de moradia refletiam a imagem/identidade do homem. Em em segundo momento, com o processo de automação, os objetos passam por outro tipo de antropomorfismo quando suas funções primárias e seus significados simbólicos são permutados por abstrações imaginárias resultantes do que o Baudrillard (2007, p. 120) chamou de “funções superestruturais”, isto é, “[...] não são mais os gestos, sua energia, suas necessidades, a imagem de seu corpo que o homem projeta nos objetos automatizados, é a autonomia de sua consciência, seu poder de controle, sua individualidade própria, a idéia de sua pessoa”.

Desta forma, o homem coloca em primeiro plano a magia, a

natureza pendular entre o real e o imaginário e, principalmente, a estética de tais objetos, deixando para segundo plano sua funcionalidade. Enfim, o automatismo abriu espaço para que os consumidores projetassem nos objetos compensações, supressões ou disfarces das falhas humanas. A narrativa publicitária opera produzindo discursos, criando estilos de vida, novos mundos que orbitam os objetos (produtos) e alimentam o imaginário a partir do seu consumo.

É aqui que aparece a vocação dos objetos ao papel de substitutos da relação humana. Na sua função concreta o objeto é solução de um problema prático. *Nos seus aspectos inessenciais é solução de um conflito social ou psicológico.* [...] Se há um santo para todos os dias do ano, há um objeto para não importa que problema: a questão toda é fabricá-lo e lançá-lo no momento adequado. (BAUDRILLARD, 2007, p. 134, grifo do autor)

Essa relação de fascínio pelos objetos autômatos, independentes e que são uma extensão narcísica de nossa consciência é, se comparado ao passado remoto do homem, uma relação mágico-totêmica que persiste no contemporâneo. Everardo Rocha (2010) nos apresenta uma clara definição do papel do totemismo e como ele está presente na atual cultura por meio do sistema publicitário. Ao interpretar Lévi-Strauss (1975), Rocha explica que o totemismo, em essência, é uma forma de classificar coisas e pessoas, de pensar o mundo que foge às regras internas do pensamento da própria sociedade na qual foi criado.

O totemismo é um sistema de classificação que opera em diversas sociedades procurando manter uma complementaridade entre natureza e cultura. [...] a continuidade é obtida por meio de uma lógica que diferencia os seres humanos por identificá-los com elementos da natureza. A diferença está em que a nossa sociedade, desde os gregos, segregou a natureza na sua forma de conceber o cosmos. Nos sistemas totêmicos, ao contrário, existia uma junção, uma aliança, entre natureza e cultura. (ROCHA, 2010, p. 131-132)

Contrariando a afirmação levistraussiana de que o totemismo em nossas sociedades é apenas residual, Rocha (2010) compara o sistema tradicional do totemismo com o sistema publicitário, considerando o conceito de Lévi-Strauss (1975) sobre a natureza ser o espaço exclusivo do anti-humano, o lugar do outro e que a cultura se dimensiona dentro dos limites do Eu. Aos destacar que a definição de natureza é culturalmente construída e que representa o espaço do não humano, Rocha (2010) destaca que em uma das possíveis traduções dessa concepção de natureza, nos dias atuais, é a produção, espaço do impessoal, do anônimo, do indiferenciado, do não humano. “Assim, a questão do totemismo poderia ser vista, no pensamento burguês, como uma transcendência entre natureza e cultura, traduzidas em *produção e consumo*” (2010, p. 133, grifo do autor).

Nesse sentido, a produção, onde a matéria-prima que compõe o produto e o próprio produto – universo da materialidade impessoal, seriada, inanimada e do inumano – está em oposição ao universo do consumo, espaço da imaterialidade, do produto preenchido de alma, personalidade, valores emotivos, de humanidade. Segundo Da Matta (2010), o consumo realiza-se no processo de inserção do produto na sociedade e nos circuitos de trocas sociais, essencialmente simbólicos, nas relações humanas. Como sujeitos, as mercadorias ganham uma biografia, uma vida cultural própria, uma identidade, portanto, é “magicamente” humanizado. O sistema publicitário torna o produto o duplo de seus consumidores e apaga a essência não humana da mercadoria, alimentando o imaginário cultural com produtos (objetos autômatos) que falam, pensam, são performáticos, fotogênicos, enfim, um ser que “anda por si” (BAUDRILLARD, 2007, p. 120).

Por esse viés, Rocha (2010) conclui que a publicidade, tal como um operador totêmico, vincula os produtos às pessoas, os nomeia, os tornam identificáveis, humanos, para que se destaquem e sejam inseridos na cultura. O sistema publicitário transforma o produto em um totem, passando do *status* de objeto inanimado para algo autômato, com vida, personalidade e identidade singulares. O totemismo, antes de tudo, nega a separação entre cultura e na-

tureza ao buscar a sua aliança, é “como por um tipo de exorcismo, a projeção, fora do nosso universo, de atitudes mentais incompatíveis com a exigência de uma descontinuidade entre o homem e a natureza” (LÉVI-STRAUSS, 1975, p. 15). A lógica do totemismo, proveniente de um tempo ancestral e dos espaços/ambientes do imaginário mítico, ganha sobrevida na lógica do consumo, que atualmente compõe o imaginário contemporâneo nos espaços/ambientes de mídia, a partir das narrativas publicitárias. Tais narrativas são mitificadoras de produtos que, assim como evidenciou Baudrillard (2007), são objetos imbuídos de consciência. Restamos questionar nosso *corpus*: em sua práxis, como se manifestam tais sistemas por meio da narrativa de um dos filmes da campanha “A revolução em sua garagem”?

A REVOLUÇÃO NA SUA GARAGEM

Desenvolvida pela agência F/Nazca Saatchi & Saatchi, a campanha 2016 para o novo SUV da Honda, o modelo HR-V, apresenta o automóvel com uma revolução na categorias, pois vem com itens de tecnologia que o tornam um artigo de luxo como o console central elevado criando a sensação de um *cockpit*, retrovisores com rebatimento elétrico, maçanetas traseiras embutidas, freio de estacionamento eletrônico, painel multimídia multi-touchscreen de sete polegadas, entre outros itens de série. Os filmes publicitários da campanha são assinados pela produtora Killers com direção do Claudio Borrelli, que reconstituiu cenas de momentos emblemáticos (revolucionários) da história, tais como o Woodstock, a Revolução Francesa e o comício de Martin Luther King em Washington. Um segundo filme, objeto de nossa análise, tem a narração de uma garagem como personagem espectadora de várias revoluções que tiveram a garagem como palco ou espaço em que os primeiros passos de uma jornada foram dados, com referências claras a bandas de rock e grandes corporações de informática/tecnologia. A garagem, crente que nunca mais seria surpreendida, encanta-se com o Honda HR-V, superando suas ex-

pectativas. Ao descrever suas sensações em relação ao produto, a garagem destaca os principais atributos do carro, tem suas características não humanas apagadas para criar, narcisicamente, uma dada empatia com o consumidor que ele se coloca no lugar da personagem e compartilha as mesmas sensações ao observar os detalhes que fazem do carro revolucionário.

Antes de prosseguirmos, apresentamos o texto do filme narrado pela garagem, que ganha gênero (feminino), identidade (tem a voz de uma mulher jovem, madura, experiente) e uma individualidade consciente de seu papel, sua história e sentimentos (ao falar do produto ela descreve sensações).

LOCUTOR 1: Prazer, eu sou a garagem. Que sorte tenho eu. Ouvi os primeiros acordes de grandes nomes da música. Eu fui palco de sonhos revolucionários. Vi enormes avanços da ciência e testemunhei invenções inacreditáveis. Já vi de tudo. Mas, volta e meia, ainda sou surpreendida. Meus olhos brilham, perco o chão. Depois de tantos anos eu sei quando estou diante de algo que muda tudo. LOCUTOR 2: Honda HRV, a revolução da sua garagem.

Os primeiros planos do filme apresentam um espaço interno de uma casa e logo os objetos em cena ganham um sentido de abandono, esquecimento e memória. Por meio do texto da locução que começa dizendo “*Prazer, eu sou a garagem*”, sabemos que são objetos esquecidos de uma garagem e que revelam histórias. Apresentado e reconhecido o espaço-personagem, a câmera, em travelling lento, desliza e mostra outros objetos esquecidos. É como uma incursão às memórias da garagem, um exercício de recordação por meio dos objetos, um olhar para dentro que também é o mesmo olhar do espectador/consumidor. Os objetos que fazem parte da memória da garagem também povoam (em espelhamento, como um duplo) a memória do consumidor. Seu desejo é provocar o contraste entre o passado e o presente, representado pelos objetos de outrora e pelo produto, o atual objeto que ocupa o centro da garagem (o coração dela?). Coleção de CDs, uma máquina de escrever, toca-discos,

uma guitarra, quadros, ferramentas, computador que magicamente tem sua tela ligada, máquina fotográfica analógica.

O filme apresenta a narração de um personagem feminina que remete à imagem de uma mulher jovem, mas que passou por várias experiências, identificada a partir da locução (gênero e tom da voz). Apesar da qualidade da produção de imagens para o filme, sua força criativa está no texto e em sua locução, principalmente, por revelar uma garagem (um objeto/moradia) como narrador de sua trajetória – objeto que, dentro da estrutura narrativa mágico-totêmica da publicidade, recebe biografia, sentimentos, personalidade e um mito pessoal, este em forma de uma “jornada do herói” (cf. CAMPBELL, 2007). Neste sentido, como sugeriu Vanoye & Goliot-Lété (1994), separamos do filme o texto da locução, pois ele apresenta escolhas estéticas, lexicais e de figuras de retórica que aproximam a garagem da antropomorfização necessária para que ser “aclimatada” ao universo do consumo, torne-se “humana” e, dessa forma, alcance o efeito de sentido desejado pela agência de publicidade: prender a atenção, criar identificação e, por fim, persuadir o espectador/consumidor sobre a qualidade do produto.

ANTROPOMORFIZAÇÃO NA PUBLICIDADE

Como estamos tratando de uma garagem que se torna sujeito por meio do texto da locução de um filme publicitário, recorreremos a uma parte da Linguística que contribui para os estudos do texto publicitário, a Semântica Argumentativa. Dentre diversos recursos argumentativos, os dêiticos (os diferentes pronomes) indicam o sujeito na enunciação. Segundo Fiorin (1996, p. 15), para entender o processo de discursivização, é necessário compreender os mecanismos de definem sujeito, tempo e espaço no discurso – comum a todas as línguas naturais. Para os estudos da semântica argumentativa, os dêiticos são signos exclusivamente linguísticos do discurso e não remetem a um objeto da realidade. Isso amplia a abstração atribuída às categorias de atores, espacialidades e temporalidades do discurso e abre espaço para a criação publi-

citária inserir lírica, retórica e imaginariamente significados que direcionam a interpretação do consumidor. No caso do filme em análise, essa abstração dos dêiticos permite à imaginação aceitar como sujeito um objeto personificado, contribuindo para prender a atenção e persuadir, pois trata-se, magicamente, de um objeto (a garagem) que ganha vida, que interpela o consumidor, que invade seu cotidiano para se assumir como um Eu e ocupar/impor sua centralidade em uma história enunciada.

Quando a publicidade funda um novo mundo por meio de sua narrativa, animais e, principalmente, objetos recebem o dom de viver, sentir, falar, dizer, ser. No texto do filme, a garagem é alçada à categoria de sujeito e é a partir do seu ponto de vista que o filme se constitui em discurso, pois, “[...] a enunciação é o lugar de instauração do sujeito e este é o ponto de referência das relações espaço-temporais [...]” (FIORIN, 1996, p. 42). A partir do Eu (a garagem) são definidos o Você (o consumidor), o objeto (o produto), o tempo e as ações no espaço que levam à humanização da garagem. Os pronomes são, tradicionalmente, os dêiticos que apontam para os atores (quem fala e quem ouve) e para o espaço e o tempo que orbitam em torno dos sujeitos, sentidos criados e existentes dentro da enunciação.

Vale lembrar que os dêiticos não são os únicos recursos retóricos que auxiliam na argumentação do filme. Por exemplo, a indicação de gênero do sujeito/narrador se dá por meio do gênero do objeto (a garagem) e da voz feminina da locutora. A identificação de um sujeito entre 30/40 anos também se dá pela maturidade da voz, que expressa segurança, intensidade e forte personalidade reafirmada pela experiência de vida (*fui palco de sonhos revolucionários, vi enormes avanços, testemunhei invenções*). Portanto, voz feminina, segura de si, intensa e madura são outros recursos argumentativos que só ganham sentido na enunciação do filme o que nos faz ousar em afirmar que são uma tipologia diferenciada de dêiticos nascidos no campo midiático e ainda pouco estudada pelos estudos da linguagem.

QUADRO 1 - ESCOLHAS LEXICAIS PARA O TEXTO: DÊITICOS

PRONOMES	COMO FORAM APLICADOS AO TEXTO DO FILME
Pessoais	[...] eu sou a garagem. [...] tenho eu . Ouvi os primeiros acordes [...]. Eu fui palco de sonhos revolucionários. Vi enormes avanços [...] e testemunhei invenções [...]. Já vi de tudo. [...] ainda sou surpreendida . [...] perco o chão. [...] eu sei quando estou diante de algo que muda tudo.
Possessivos	Meus olhos brilham [...].
Verbos flexionados no tempo da primeira pessoa do singular, indicando o sujeito Eu	Ouvi, vi, testemunhei, sou surpreendida, perco, estou.

Fonte: O autor

Os verbos são marcadores de ações humanas que, ao serem subordinados ao sujeito “garagem”, por si só configuram a antropomorfização da garagem. Destacamos do texto os seguintes verbos exclusivamente humanos praticados pela garagem.

QUADRO 2 – AÇÕES HUMANAS NO PROCESSO DE ANTROPOMORFIZAÇÃO

AÇÃO HUMANA	COMO FOI APLICADA AO TEXTO DO FILME
Ser	[...] eu sou a garagem. [...] ainda sou surpreendida.
Ter	Que sorte tenho eu.
Ouvir	Ouvi os primeiros acordes de grandes nomes da música.
Ver	Vi enormes avanços da ciência [...]. Já vi de tudo.

Testemunhar	[...] testemunhei invenções inacreditáveis.
Perder	[...] perco o chão.
Saber	Depois de tantos anos eu sei quando [...].
Estar	[...] estou diante de algo que muda tudo.

Fonte: O autor

Junto às ações da garagem decorrer da enunciação, indicadores atitudinais sugerem, em sua maioria, uma descrição do mundo interior da personagem (sua psique), seus sentimentos, suas posições políticas, sua visão de mundo. No texto, eles surgem como um significado construído no efeito de sentido de frases, expressões e não tanto como um signo específico. Os indicadores atitudinais também estão presentes nas imagens que mostram o interior do veículo. Como se a garagem olhasse por dentro, sentasse no carro, circulasse por dentro do produto, fazendo do seu olhar o olhar do consumidor/espectador, por meio do recurso da câmera subjetiva. Os indicadores atitudinais mais representativos no texto, são:

QUADRO 3 - INDICADORES ATITUDINAIS

INDICADORES ATITUDINAIS	COMO FORAM APLICADOS AO TEXTO DO FILME
Estabelecer contato com o espectador	Prazer , eu sou a garagem.
Sentir-se privilegiada	Que sorte tenho eu.
Sentir-se importante, ser coadjuvante	Eu fui palco de sonhos revolucionários.
Surpresa	Mas, volta e meia, ainda sou surpreendida .
Admiração	Meus olhos brilham, perco o chão .

Fonte: O autor

Desta forma, as escolhas lexicais dos criadores do filme para o texto narrado são signos que, de modo claro, compõem o tropo (figura de retórica) conhecido como *prosopopeia*, também chama-

do de *personificação*. O objetivo retórico da prosopopeia é “[...] intensificar o sentido, um alargamento do alcance semântico de termos designativos de entes abstratos ou concretos não humanos pela atribuição a eles de traços próprios do ser humano” (FIORIN, 2014, p. 51). A prosopopeia, portanto, é um poderoso recurso argumentativo que em poucos segundos é capaz de ampliar os sentidos do objeto-garagem, alçando-o à condição de humanidade no filme, do começo ao fim, promovendo a identificação necessária para o espectador experimentar imaginariamente sua posição, estar no seu lugar e perceber as qualidades do produto literalmente através dos olhos da garagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lévi-Straus (1975: 18) afirma que o totemismo é definido pela conjunção de três elementos, sendo um social, um psicológico e um ritual. Nessa concepção, no filme que integra a campanha “A revolução na sua garagem”, temos como elemento social a garagem, plenamente humanizada e inserida na cultura por meio da narrativa publicitária. O elemento psicológico se estabelece na ligação íntima do consumidor com a garagem e, posteriormente com o produto. O ritual acontece, durante a recepção da mensagem publicitária e pelo aceite voluntário da mensagem do filme como um reflexo das próprias experiências, a ponto de provocar recordações pessoais e emoções.

O filme publicitário é, simultaneamente, parte do processo de climatização do objeto, no universo do consumo, e objeto visual igualmente consumido. Como mercadoria imagética, o filme publicitário aclimata o imaginário, em nosso mundo real, naturaliza o irracional ou possibilita o impossível, como ouvirmos a garagem “narrar” sua história pessoal e admirar um automóvel. “Os sistemas mágico-totêmicos privilegiam a estrutura e a permanência. Seu projeto é o de não pensar o tempo como linearidade, é o de desfazer o tempo como história” (ROCHA, 2010, p. 135). Tanto no mito como no filme publicitário, percebemos a transformação

do histórico (o real) em natureza eterna e atemporal, o mesmo efeito de sentido do mito de outrora.

Diferente da publicidade impressa, a narrativa audiovisual publicitária já é dada como acontecimento visual com determinada duração no tempo. O tempo que dura o filme publicitário na tela de televisão, o tempo da recepção, é sempre presente. A verossimilhança entre o texto audiovisual e a realidade é um dos fatores que compõem a eficácia mercadológica e semiológica do filme publicitário: durante o ritual da recepção, o filme é um mito de discurso despolitizado, já que “o mito não nega as coisas; a sua função é, pelo contrário, falar delas; simplesmente, purifica-as, inocenta-as, fundamenta-as em natureza e eternidade, dá-lhes uma clareza, não de explicação, mas de constatação” (BARTHES, 2001, p. 163).

O texto do filme em questão, do começo ao fim, opera com dêiticos, verbos e indicadores atitudinais (entre outros recursos argumentativos) que permitem ao consumidor projetar-se imaginariamente no lugar da garagem, pensar e, no fim, ter a certeza que os sentimentos relatados, as experiências vividas, o apelo às memórias e o calor humano emanado do filme são exata e narcisicamente os mesmos que ele sente.

As escolhas lexicais e os tropos (figuras de retórica) somados às imagens em sequência compõem uma experimentação da garagem que é, em aspectos visuais, sonoros e discursivos, muito próxima da experimentação do consumidor quando se deparasse com o produto em sua garagem ou em uma loja. Em outros termos, o filme forma um mapa mental pelo qual o consumidor percorre imaginariamente consumindo imagens, signos e discursos que representam sua própria experiência. Ao olhar para o filme na tela, assim como Narciso que no mito descobre a própria face no espelho d'água, nos vemos representados pelo discurso e olhar da garagem que percorre o produto. O drama existencial da garagem passa a ser o nosso próprio drama: nascer, viver, orgulhar-se do que viveu (ou não), esquecer, rememorar e, quando podemos incluir nessa trajetória o envelhecer e a morte, o filme da campanha propõe admirar o novo e ser feliz, voltar a viver. As memórias da garagem é um tipo de jor-

nada idealizada narcisicamente pelo consumidor, em outros termos (ROCHA, 2010, p. 172): “[...] o anúncio é uma narrativa codificada em palavras, cores, movimentos, imagens, etc., que pode ser vista como sagrada. É uma narrativa idealizada que fala de uma ‘outra vida’ e viabiliza um conjunto de feitos mágicos. É um mito”.

REFERÊNCIAS

- BAITELLO JUNIOR, Norval. **A era da iconofagia**: ensaios de comunicação e cultura. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- _____. A imagem e os ambientes de imagens: o mito, o culto, a arte e a mídia. Palestra. **Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação e Imagem (ENCOI)**. Dia 24 de novembro de 2014. Organização: Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual de Londrina (PPGCOM/UEL).
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.
- BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1991.
- _____. **O sistema dos objetos**. Trad.: Zulmira Ribeiro Tavares. São Paulo: Perspectiva, 2009.
- CAMARGO, Hertz Wendel de. **Mito e filme publicitário**: estruturas de significação. Londrina: Eduel, 2013.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007.
- CASSIRER, Ernst. **Linguagem e mito**. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- CONTRERA, Malena Segura. **Mídia e pânico**: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia. São Paulo: Annablume: Fapesp, 2008.
- _____. **O mito na mídia**. São Paulo: Annablume, 1996.
- CRIPPA, Adolpho. **Mito e Cultura**. São Paulo: Editora Convívio, 1975.
- DA MATTA, Roberto. Vendendo totens. In ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. Trad.: Hélder Godinho. São Paulo: Martins. Fontes, 2001.
- ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. Trad.: Pola Civelli. São Paulo: Perspectiva, 2010.
- FIORIN, José Luiz. **Figuras de retórica**. São Paulo: Contexto, 2014.

- _____. **As astúcias da enunciação:** as categorias de pessoa, espaço e tempo. São Paulo: Ática, 1996.
- F/NAZCA SAATCHI & SAATCHI. Filme. **Garagem**, 2016. Criação: Rafael Klein, Philippe Demar, Pedro Prado, Rodrigo Castellari. Direção: Jones + Tino. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=f2qGH4UOLsU>>. Acesso em 22/04/2016.
- JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Trad.: Maria Luiza Appy, Dora Mariana R. Ferreira da Silva. Petrópolis (RJ): Vozes, 2000.
- _____. **O eu e o inconsciente**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. **Totemismo hoje**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1975.
- _____. **Antropologia estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- MORIN, Edgard. **O paradigma perdido:** a natureza humana. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- NEUMANN, Erich. **História da origem da consciência**. Trad.: Margit Martincic. São Paulo: Cultrix, 1990.
- NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. **O mito no rádio:** a voz e os signos de renovação periódica. São Paulo: Annablume, 1993.
- ROCHA, Everardo. **Representações do consumo:** estudos sobre a narrativa publicitária. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Mauad, 2006.
- _____. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 2008.
- _____. **Magia e capitalismo:** um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.
- VANOYE, Francis; GOLIOT-LÉTÉ, Anne. **Ensaio sobre a análise filmica**. São Paulo: Papirus, 1994.



Autores

ALBERTO KLEIN (ORGANIZADOR)

Possui graduação em Comunicação Social Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (1994), mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1999) e doutorado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2004). Atualmente é professor do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual de Londrina. Tem experiência na área de Comunicação atuando principalmente nos seguintes temas: comunicação e cultura, teoria da mídia e imagem.

HERTZ WENDEL DE CAMARGO (ORGANIZADOR)

Doutor em Estudos da Linguagem, UEL (2011); Mestrado em Educação, Conhecimento, Linguagem e Arte, UNICAMP (2006); graduações em Jornalismo e Publicidade e Propaganda (1995). Atua no ensino superior desde 2002. Professor adjunto do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR), curso de Publicidade e Propaganda. Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação (PPGCOM) da UFPR. Autor do livro MITO E FILME PUBLICITÁRIO: ESTRUTURAS DE SIGNIFICAÇÃO (Eduel, 2013) - finalista na categoria Comunicação do Prêmio Jabuti 2014. Pesquisador das áreas relacionadas a Imagem, Imaginário, Antropologia e Consumo. Líder do grupo de pesquisa ECCOS - Estudos em Comunicação, Consumo e Sociedade, da UFPR.

ALEJANDRA GARCIA VARGAS

Doutora e graduada em Comunicação Social pela Universidade Nacional de Córdoba e doutoranda em Comunicação pela mesma Universidade. Docente e diretora do Departamento de Ciências da Comunicação da faculdade de Humanidades e Ciências Sociais da UNJu. Realizou estudos de formação especializada no Departamento de Sociologia da

City University (Londres, Reino Unido). É pesquisadora da Unidade de Pesquisa em Comunicação, Cultura e Sociedade (FHyCS, UNJu), da Associação Latino Americana de Investigadores da Comunicação (ALAIIC), e da Área Interdisciplinar de Estudos da Mulher e de Gênero (FHyCS, UNJu). Como diretora, codiretora, pesquisadora, bolsista ou técnica, participou de numerosos projetos de pesquisa e de extensão financiados por organismos nacionais e internacionais. Publicou diversos artigos e papers sobre a área de Comunicação/Cultura.

CRISTINA MARTÍN-POSADILLO CORIASO

Cristina Coriasso Martín-Posadillo é licenciada em Filosofia (1996), tradutora (Magister 2007) e doutora (2011) com prêmio extraordinário (2012) na Faculdade de Filologia Italiana da Universidade Complutense de Madri (UCM) por sua tese sobre *Leopardi y la idea de Naturaleza*; menção honrosa nos Prêmios Leopardi de doutorado 2005 (Recanati) por seu trabalho “Símbolo e alegoria na poética de Giacomo Leopardi” e autora de vários artigos e capítulos de livro em diversas revistas científicas sobre a figura do poeta e pensador. Traduziu e editou o “Discurso sobre el estado presente de las costumbres de los italianos” de Giacomo Leopardi, (Sial-Pigmalión, 2013). Tradutora no projeto “Traducción y edición de textos de Estética Europea” a *Teoria da formatividade* do filósofo Luigi Pareyson, editado com notas e introdução em Xorki, 2014. Sua pesquisa na UCM versa também sobre o mito e o símbolo na literatura e nas artes (Grupo Acis), e sobre Giacomo Leopardi (Seminário Permanente de Estudos Leopardianos, “La Ginestra” (UCM).

ELZA KIKO NAKAYAMA NENOKI DO COUTO

Possui pós-doutorado em Linguística na UNB, mestrado e doutorado em Língua Portuguesa pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Atualmente é professora Associada da Universidade Federal de Goiás. Vinculada ao Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística.

Orienta trabalhos de Mestrado e Doutorado na área de Linguística com ênfase em Análise do Discurso, Ecolinguística, Linguística ecossistêmica, Análise do Discurso Ecológica, Antropologia do Imaginário, Sua produção acadêmica tem contemplado temas que envolvem questões relacionadas ao discurso, ecologia, mito, práticas discursivas da atualidade, mídia, cinema. É coordenadora do Núcleo de Pesquisa NELIM- Núcleo de Ecolinguística e Imaginário cadastrado no CNPQ. Representante regional (Brasil) da Análise do Discurso Ecológica (*Critical Ecosystemic Linguistics*) no *steering groups da International Ecolinguistics Association*, localizada na *University of Gloucestershire, UK*.

HEINRICH ARAÚJO FONTELES

Doutor em Comunicação e Semiótica PUC SP, com mestrado em Comunicação e novas mídias, graduado em Pedagogia pela Universidade Estadual do Ceará (1994). Professor de cursos de graduação e Pós-graduação. Especialização em Políticas e Gestão Educacional e possui experiência na área de Educação, Formação de professores, Comunicação e mídia. Nos últimos anos tem desenvolvido pesquisa acadêmica na área de comunicação Social, articulando principalmente os seguintes temas: Mídia, Cultura, Educação, Tics, Comunicação, Mediação da imagem técnica, Processo de alfabetização digital e Gamificação. Membro do grupo de pesquisa: Mídia e Estudos do Imaginário (CISC-PUC-UNIP) e do CISC - Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e Mídia, ABPEducom ECA-USP, e membro voluntário da ONG ANDEA - Associação Nacional de Dificuldade de Ensino e Aprendizagem, entidade que atua na área da educação inclusiva e membro da equipe NEAD da Universidade Anhanguera.

JOSÉ DE ARIMATHÉIA CORDEIRO CUSTÓDIO

Graduado em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Estadual de Londrina (1989), graduação em Direito pela Universidade Estadual de Londrina (1995). É especialista em Metodologia da Ação Docente (UEL, 1996), Discurso Fotográfico (UEL, 1997), Bioética (UEL, 2001), História Social e Ensino de História (UEL, 2003), Teologia Bíblica (PUC, 2009), Literatura Brasileira (UEL, 2012), Estudos Clássicos (UnB, 2013), Biologia Forense: Perícia Cível e Criminal (Unifil, 2015) e História da Arte (Centro Claretiano, 2016). Tem Mestrado em Letras pela Universidade Estadual de Londrina (2001) e Doutorado em Estudos da Linguagem pela Universidade Estadual de Londrina (2006). É Comunicador Social na Universidade Estadual de Londrina desde 1993 e professor universitário desde 1994, tendo atuado na Graduação e Pós-Graduação Lato Sensu. Tem experiência na área de Linguística, com ênfase em Linguagem Jornalística, atuando principalmente nos seguintes temas: Linguagem, Comunicação, Imagem, Jornalismo, História Medieval e Teologia.

JOSÉ MANUEL LOSADA GOYA

Doutor em Literatura pela Universidade de Sorbonne, foi professor visitante na Universidade de Harvard, membro do SCR da Universidade de Oxford (St. John's College) e professor visitante no Universidade de Montreal. Ministrou palestras e seminários em mais de 20 universidades americanas e europeias. Desde 1992, é professor da Universidade Complutense de Madri. Entre suas publicações figuram livros de crítica literária: *L'Honneur au théâtre* (Paris, 1994), *Tristán y su ángel* (Kassel, Alemanha, 1995), *Bibliography of the Myth of Don Juan in Literary History* (Nova York, EUA, 1997), *Bibliographie critique de la littérature espagnole en France au XVIIe siècle* (Geneva, 1999), *Métamorphoses du roman français* (Leuven, 2009), *Mito y mundo contemporáneo* (Bari, 2010, Giovi International Award, Città di Salerno, 2011), *Tiempo: texto e imagen* (Madrid, 2011), *Myth and Subversion in the Contemporary Novel*

(com Marta Guirao, Newcastle upon Tyne, Reino Unido, 2012), *Mito e interdisciplinariedad* (com Antonella Lipscomb, Bari, 2013), *Abordajes. Mitos y reflexiones sobre el mar* (Madrid, 2014), *Victor Hugo et l'Espagne* (Paris, 2014), *Nuevas formas del mito* (Berlin, 2015), *Mitos de hoy: ensayos de mitocrítica cultural* (Berlin, 2016), *Cinco siglos de Teresa. La proyección de la vida y los escritos de Santa Teresa de Jesús* (com Esther Borrego, Fundação Maria Cristina Masaveu Peterson, Madri, 2016). Cuenta en su haber diversas traducciones (*La Leyenda de los siglos, de Víctor Hugo*, Madrid, 1994, *Le Romancero*, Paris, 2003) e 150 artigos em revistas especializadas de 20 países. Membro do Comitê Editorial de diversas publicações, é fudador e editor da *Amaltea. Revista de Mitocrítica*. (<http://revistas.ucm.es/index.php/AMAL/index>), presidente da *Asteria. Associação Internacional de Mitocrítica* (<http://www.asteria-association.org/>), e encoraja diferentes projetos de pesquisa em mitocrítica do Ministério de Ciência e Inovação da Comunidade de Madri.

LORENA ARAÚJO DE OLIVEIRA BORGES

Doutoranda em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Linguística da Universidade de Brasília (2015-2018). Mestre em Linguística pelo Programa de Pós-Graduação em Letras e Linguística da Universidade Federal de Goiás (2013-2015). Graduada em Letras, habilitação em língua portuguesa, também pela Universidade Federal de Goiás (2011-2014). Em 2015, atuou como professora formadora no Curso EaD África Arte-Educação: Construção de objetos pedagógicos. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Análise de Discurso Crítica, Gênero e Linguagem, Estudos Feministas, desenvolvendo estudos paralelos nas áreas de Ecolinguística e Imaginário.

LUÍS MAURO SÁ MARTINO

Graduado em Comunicação pela Faculdade Cásper Líbero (1998), com Mestrado (2001) e Doutorado (2004) em Ciências Sociais pela PUC-SP. Pós-Doutorado na *School of Political, Social and International Studies* na *University of East Anglia*, na Inglaterra (2008-2009). Professor do PPG em Comunicação da Cásper Líbero, onde leciona na Graduação em Jornalismo e edita a *Revista Líbero*. Leciona também no curso de Música da Faculdade Cantareira. Foi Coordenador do GT Epistemologia da Comunicação, da Compós (2015-2016), e é membro do corpo de pareceristas das revistas *Galáxia* (PUC-SP), *Comunicação Midiática* (Unesp) e *Comunicação, Mídia e Consumo* (ESPM), entre outras. Autor, entre outros, dos livros *Teoria das Mídias Digitais* (Vozes, 2014), *Mídia, Religião e Sociedade* (Paulus, 2016), *The Mediatization of Religion* (Routledge, 2013), *Teoria da Comunicação* (Vozes, 2009), *Comunicação e Identidade* (Paulus, 2010) e *O habitus na Comunicação* (Paulus, 2003). Suas pesquisas estão direcionadas, de um lado, para estudos sobre Teoria e Epistemologia da Comunicação; de outro, à compreensão das relações entre Mídia, Política e Religião.

MARIANO GARCÍA

Doutor desde 2004 na Universidade Católica Argentina com uma tese sobre a novelística de César Aira e o ideal andrógino, cujo trabalho apareceu em 2006 com o título: *Degenerações textuais*. Tem investigado sobre mito e metamorfose em autores latino-americanos; atualmente trabalha com mito pessoal e autofiguração. Publicou numerosos artigos, duas novelas e diversas traduções. É professor adjunto de literatura argentina (UCA) e investigador adjunto do Conselho Nacional de Investigações Científicas e Técnicas (Conicet).

ROSA AFFATATO

Doutora em Filologia Italiana na Universidade Complutense de Madri (Espanha). É membro de “Acis”, grupo de pesquisa sobre mitocrítica contemporânea na mesma Universidade e colabora como professora “Cultora da Disciplina” em Literatura Italiana na Faculdade de Línguas e Literaturas Estrangeiras da Universidade “Aldo Moro” em Bari (Itália). Suas linhas de pesquisa e suas publicações têm como temas a Divina Comédia (interpretação dela na Idade Média; relações desta obra com artes contemporâneas) e a pervivência dos mitos no mundo de hoje (mito e literatura italiana dos séculos XX e XXI, com enfoque sobre os mitos medievais; mito e sociedade na região da Apúlia, na Itália do Sul, com referência às obras do antropólogo Ernesto de Martino; mitos europeus e extraeuropeus na música pop e no cinema). É também professora de Latim e de Língua e Literatura italiana no ensino médio na Itália.

SAMILO TAKARA

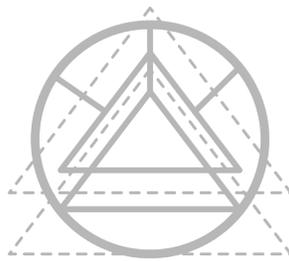
Doutor e mestre em Educação pelo Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá (UEM). Graduado em Comunicação Social - Jornalismo pela Universidade Estadual do Centro-Oeste/PR (UNICENTRO). Pesquisa as relações entre mídia, educação, jornalismo e construções das representações de Gênero e Sexualidades. Tem por foco como o discurso jornalístico educa acerca das concepções identitárias, sexuais e culturais. Trabalha os seguintes temas: Educação, Mídias, Jornalismo, Estudos Culturais, Teorizações Foucaultianas e Estudos Feministas. Bolsista Capes/Fundação Araucária.

TADEUSZ LEWICKI

Tadeusz (Tadek) Lewicki, padre salesiano, pertence ao grupo fundador da Faculdade de Ciências da Comunicação. Doutor pela Universidade de Durham, Reino Unido. Desde 1996 ministra cursos de teatro, semiótica e *performance studies* *Diederich Distinguished Scholar* na Universidade de Marquette, em Milwaukee (Wisconsin, EUA). Professor Visitante na Universidade de Malta, colaborador e consultor para vários grupos de teatro educacional e social em centros de formação de teatro para professores na Polônia e Itália. É membro de associações científicas de teatro educacional e história do teatro. Atualmente, é pesquisador sobre a história do teatro educativo salesiano, teatro religioso medieval e as formas espetaculares de piedade popular. Autor dos livros “*Play Way’ to ‘Dramatic Art’: A Historical Survey About ‘Drama in Education in Great Britain* (1996); *Sul palco e dietro le quinte. Il teatro palestra di socializzazione* (2012)”. Traduziu e editou vários livros (Stanislaw Brejdygant, *La dodicesima stazione* 2000; J. O’Toole – B. Haseman, *Come a teatro*(2002); Giovanni Antonio QUARETTA, *La Margherita d’Antiochia*. [Drama de 1648, publicado em Parma por Mario Vigna] (2009); *Leroe sensibile: evoluzione del teatro agiografico nel primo ‘600*. [Atti] XXXIII Convegno Internazionale, em Roma, de 29 a 30 de outubro de 2009 (2013). É também autor de vários artigos relacionados com as áreas da educação e suas interfaces com a história do teatro.

TERESA KAZUKO TERUYA

Possui graduação em Ciências Sociais pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1982), graduação em História pela Faculdade Auxilium de Lins (1996), mestrado em Educação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (1995) e doutorado em Educação pela Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (2000). Atualmente é pesquisadora sênior da Universidade Estadual de Maringá. Tem experiência na área de Educação, com ênfase em Educação, atuando principalmente nos seguintes temas: educação, formação de professores, mídia na educação, estudos culturais. Website: nt5.net.br



O fato é que o mito, a mídia e o consumo possuem retóricas, narrativas e discursos que permitem a aproximação e intercâmbio sígnicos com a religião. O universo do consumo, regularmente, nos exhibe seu flerte com os discursos religiosos e as imagens dos ambientes de culto. São exemplos a batalha pela audiência dos programas de TV evangélicos e católicos, a arquitetura *eclesiástica* ou *faraônica* de shopping centers, a *ritualização* do consumo, a *peregrinação* para eventos e lugares de consumo em massa, os conceitos de *fidelização* e de *seguidores* (termos originados na religião), entre tantos outros. O livro *O paraíso do consumo: Émile Zola, a magia e os grandes magazines* (2016) é uma grande contribuição dos antropólogos do consumo Everardo Rocha, Marina Frid e William Corbo para os estudos basilares dessa relação entre os centros de compras, a magia do consumo e a formação do imaginário do homem urbano.

Por fim, a proposta do livro *Mitos, Mídias e Religiões na Cultura Contemporânea* foi reunir pesquisadores de diferentes instituições brasileiras e internacionais para enriquecer os diálogos entre mídia e religião, tendo o mito como memória estruturadora de subjetividades e do imaginário. São olhares que partem de diferentes campos teóricos. Desta maneira, reunimos pesquisadores da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Universidade Federal de Goiás (UFG), Universidade Brasília (UnB), Universidade Estadual de Maringá (UEM), Universidade Estadual de Londrina (UEL), Faculdade Casper Líbero (SP), Universidad Complutense de Madrid (UCM), Universidad de Jujuy (Argentina) e Universidade de Marquette (Wisconsin, EUA). Esperamos que sua leitura seja tão prazerosa quanto o processo de organização desta coletânea.

Alberto Klein & Hertz Wendel de Camargo

Organizadores