

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

Lilian Carla Muneiro

**A CONSTRUÇÃO DO HERÓI NACIONAL E AS CARACTERÍSTICAS
DAS SUAS MEDIAÇÕES**

DOUTORADO EM COMUNICAÇÃO E SEMIÓTICA

SÃO PAULO

2010

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

Lilian Carla Muneiro

**A CONSTRUÇÃO DO HERÓI NACIONAL E AS CARACTERÍSTICAS
DAS SUAS MEDIAÇÕES**

Tese apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do Título de Doutor em Comunicação e Semiótica sob a orientação da Profa. Lucrecia D'Aléssio Ferrara.

São Paulo

2010

BANCA EXAMINADORA

Para Elite, Malú e Sandra.

AGRADECIMENTOS

A Deus.

À minha orientadora Profa. Dra. Lucrécia D'Aléssio Ferrara, pela oportunidade em ser sua aluna e orientanda. Registro minha imensa gratidão por sua dedicação e confiança. A concretude desta pesquisa é graças ao seu olhar e generosidade em partilhar seu saber.

Agradeço a todos os professores do COS com quem estudei, especialmente os professores: Norval Baitello Júnior, Eugênio Trivinho, Jorge de Albuquerque Vieira, Ana Claudia Mei Alves de Oliveira e José Luiz Aidar Prado.

Aos professores Amálio Pinheiro e Ana Cláudia Mei Alves de Oliveira pelas considerações realizadas na banca de qualificação.

Aos colegas das disciplinas e novos amigos: Adriana Vaz Ramos, Débora Rocha, Adriana Gurgel, Laura Fernanda Cimino, Arlete Petri, Leandro Salvador, Priscila Magossi, Rafael Iwamoto Tosi, Jorge Miklos, Maria Carolina Garcia, Cintia Regina Dal Bello, Paula Salazar, Gustavo Amaral, Marcelo Santos, Patrícia Specht, Manuel Nascimento, Graça Goes, José Rodrigo Fontanari, Cida Bueno e Merilyn Escobar de Oliveira, amiga também das discussões políticas.

Aos colegas do grupo ESPACC.

A Universidade do Vale do Itajaí e aos amigos de Santa Catarina: Marilde Sievert, João Caríssimi, Carlos Praxedes, Marco Pinheiro, Cristhiane Schelenski, Cristina Santos, Caroline Mezdri, e Alessandra Mara Fuck.

Aos professores da URI Lucila Campesatto, Honorino De Marchi e Ivete S. de Lima.

A Luiz, pela presença constante e todo seu amor.

À CAPES pela concessão de bolsa parcial à pesquisa.

RESUMO

Os meios de comunicação de massa produzem conteúdo simbólico, previamente organizado e veiculado, com intuito de estabelecer vínculo com o público. Essa pesquisa investigou as características políticas e culturais do herói nacional e o modo como os veículos de comunicação nelas interferem. Parte-se da hipótese de que os meios de comunicação de massa não só medeiam interesses nacionalistas, mas também desmascaram os motivos oficiais daquele projeto, produzindo traduções e/ou caricaturas do herói planejado politicamente. A análise dessas traduções possibilita estudar as reais ou possíveis intervenções das mediações na construção do imaginário nacional. Procurou-se assim, pesquisar as características das traduções da heroicidade fomentada pelo Estado, que se manifestam em diferentes veículos comunicativos e percorrem matrizes que vão do nacionalismo à caricatura. A descrição dos contextos político, social e cultural que suscitaram a emergência do Estado nacional constitui etapa indispensável para a definição do problema que será investigado: as diferenças do processo de mediatização do herói, que, geradas no âmbito do Estado-Nação, têm sido recuperadas em diversos processos de mediação. Considerando-se o método histórico comparativo, o *corpus* da pesquisa contemplou personagens originados pelo jornal (Crônica), pela literatura, pelo cinema e pela televisão. O referencial teórico está apoiado em conceitos desenvolvidos por Vladimir Propp (2002) e por Mikhail Bakhtin (2002), através da estrutura dialogante da cultura e da carnavalização; pela semiótica greimasiana (enunciador e enunciatário com suas específicas estratégias de enunciação); por Ferrara (2008), por meio da teoria da espacialidade; por Baudrillard (1991), através da visualidade, da simulação e do simulacro da imagem; por Stuart Hall (2006) e Manuel Castells (2002), com as questões relacionadas à identidade moderna e pós-moderna, além da leitura da realidade nacional, desenvolvida por Alfredo Bosi (2006), Sérgio Buarque de Holanda (2006), Gilberto Freire (2005), Antonio Candido (1974), Octávio Ianni (1994), José Murilo de Carvalho (1990), entre outros.

Palavras-chave: Estado-Nação. Mediação. Enunciação. Caricaturização. Carnavalização. Espacialidade.

ABSTRACT

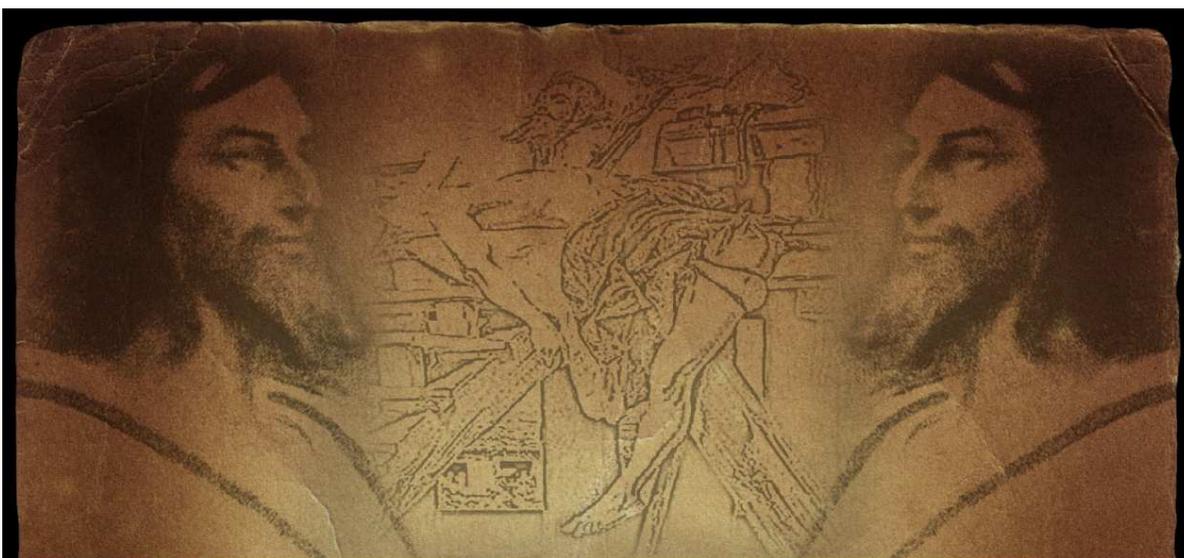
Mass communication means produce a symbolic content, previously organized and diffused, intending to establish bounds with the public. This work researches political and cultural characteristics of the national hero and how the media interferes on them. It departs from the hypothesis that the media intervenes on nationalist interests, and exposes the official reasons of the project, producing translations and/or caricatures of the politically planned hero. The analysis of these translations allows the study of real or possible interventions of the mediations in the construction of the national imaginary. Thus, it intends to search the translation characteristics of the hero fomented by the State, which manifest in different communicative vehicles and go through ways that vary from nationalism to caricature. The description of the social, political and cultural context that exposed the emergency of the State is an indispensable step for the definition of the problem that will be investigated: the differences of the hero's process of mediatization that, generated in the State-Nation ambit, have been recovered in several process of mediation. Considering the comparative historic method, the corpus of this research contemplates characters originated by the newspaper (narrative), the literature, the cinema and the television. The theoretical background is supported by the concepts developed by Vladimir Propp (2002) and Mikhail Bakhtin (2002), through the dialog structure of the culture and the carnivalization; by the Greimasian Semiotics (the enunciator and the enunciatee with their specific enunciation strategies); by Ferrera (2008) through the spatial theory; by Baudrillard (1991), through the vision, simulation and simulacrum of the image; by Stuart Hall (2006) and Manuel Castells (2002), with the issues related to modern and post-modern identity; besides the readings of the national reality developed by Alfredo Bosi (2006), Sérgio Buarque de Holanda (2006), Gilberto Freire (2005), Antonio Candido (1974), Octávio Ianni (1994), José Murilo de Carvalho (1990), among others.

Key-words: State-Nation. Mediation. Enunciation. Caricaturization. Carnivalization. Spatiality.

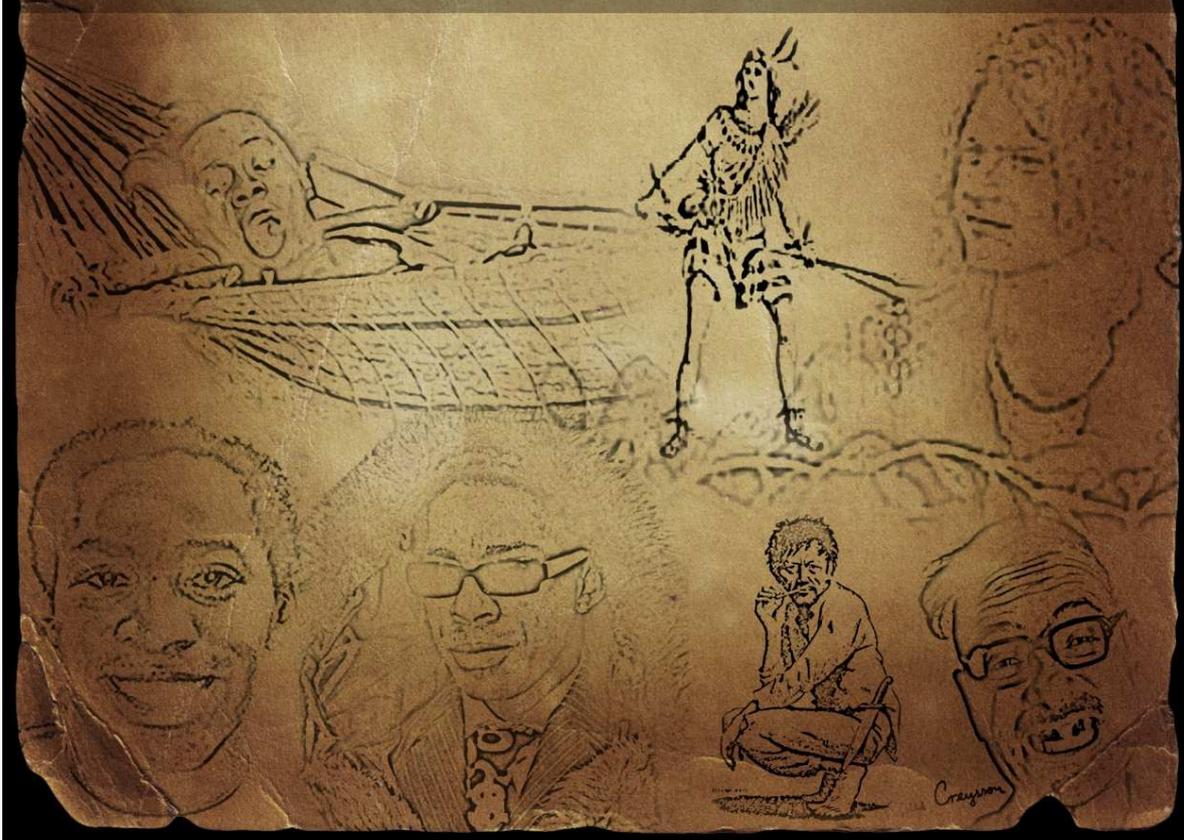
SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO : O HERÓI NECESSÁRIO.....	11
Cap. 1 ESTADO-NAÇÃO BRASILEIRO: NECESSIDADE MEDIATIVA.....	18
1.1 A FORMAÇÃO DA REPÚBLICA: URGÊNCIA E INSENSATEZ.....	19
1.2 A CONSTITUIÇÃO DO ESTADO-NAÇÃO.....	22
1.2.1 Tarefa republicana necessidade mediativa.....	25
1.3 CHARGE: CONTRAMEDIAÇÃO REPUBLICANA.....	28
1.4 TIRADENTES E A FORÇA DO SÍMBOLO.....	36
1.5 TIRADENTES INVESTIMENTO MIDIÁTICO.....	41
Cap. 2 O HERÓI, O MITO E SUA CENTRALIDADE NA CONSOLIDAÇÃO DA REPÚBLICA.....	51
2.1 O HERÓI E A CONSTRUÇÃO DE UM MITO.....	51
2.1.2 Tiradentes como metáfora de Cristo.....	54
2.2 TIRADENTES E O IMAGINÁRIO COLETIVO.....	56
2.3 TIRADENTES ESQUARTEJADO: ESPACIALIDADE E COMUNICABILIDADE NA OBRA DE PEDRO AMÉRICO.....	59
2.3.1 Tiradentes Esquartejado: Imagem e narratividade.....	69
Cap. 3 DO HERÓI REGIONAL AO HERÓI URBANO	75
3.1 NADA PAGA A PENA.....	75
3.1.2 A modorra do Jeca.....	80
3.2 NOVAS MODULAÇÕES: O HERÓI NA VANGUARDA DO ANTI- HERÓI.....	83
3.3 MACUNAÍMA: HERÓI DA NOSSA GENTE.....	93
3.3.1 Trabucar eu, o herói?.....	98
Cap. 4 O HERÓI ELETRÔNICO.....	111
4.1 MACUNAÍMA, DA TERRA DAS ICAMIABAS À LUXUS.....	119
4.1.1 Oposições reveladoras.....	127
4.2 CARAMURU, HERÓI DO BRASIL.....	132
4.2.1 O herói e a lenda.....	145
4.2.2 De degredado a rei.....	155

4.3	SEU CREYSSON: PERSONAGEM EM ASCENSÃO.....	164
4.3.1	Seu Creysson: o herói da politicagem.....	168
5.0	O HERÓI ENTRE AS MEDIAÇÕES	185
	BIBLIOGRAFIA.....	193
	CRÉDITO DAS IMAGENS.....	204



A construção do herói nacional
e as características das suas
mediações.



APRESENTAÇÃO

O herói necessário

A constituição do Estado-Nação brasileiro registra a queda do Poder Monárquico, em detrimento à ascensão dos militares, por conta da Proclamação da República, em 1889, sem qualquer participação popular. Para que o Governo recém-implementado pudesse prosseguir era necessário consolidar-se e manter a Unidade nacional, ameaçada com constantes Revoltas¹. Essas duas tarefas, embora prementes, só poderiam ser realizadas, de maneira exitosa, com a adesão da população e de determinados setores vinculados à economia que, aos poucos, estruturava-se no País. Só assim seria possível levar a República adiante, retirar o Brasil do atraso e implementar o progresso, vital para o desenvolvimento industrial.

Embora a situação da Nação, de modo geral, fosse precária, dada a falta de infraestrutura e a inexistência de qualquer política voltada ao desenvolvimento nacional, havia discordâncias quanto ao rumo que deveria ser dado ao Brasil. Enquanto alguns políticos preconizavam a República Francesa² como modelo a ser seguido, outros viam no Liberalismo econômico, em ascensão nos Estados Unidos, a alternativa para impulsionar o País economicamente. De toda forma, pensava-se em ‘modelos prontos’ e desconsiderava-se a possibilidade da elaboração de um plano de gestão, próprio para o País, tendo em vista aspectos relacionados à cultura nacional

¹ O Brasil já havia passado por várias revoltas internas envolvendo o antigo Governo. Em 1835 Cabanagem; em 1837 Sabinada; em 1838 Balaiada. Houve também a Guerra do Paraguai de 1864 e a Batalha de Riachuelo, que colocavam em risco parte do território nacional.

² A República Francesa também apresentava correntes diversas: do Positivismo de Comte às ideias pregadas pelos jacobinos.

ou à adoção de alguma experiência latino-americana, países vizinhos também colonizados.

Na tentativa de forjar uma imagem para o Brasil foram desconsideradas singularidades e características relacionadas à própria formação nacional - um país indígena, colonizado/explorado por brancos, que contou com mão de obra, escrava, negra. O fato é que a República precisava ser vista e reconhecida internamente. Enquanto que, externamente, o Brasil deveria ter uma nova identidade que não mais o vinculasse a Portugal. A República fez o que pôde neste sentido. Porém, muitos problemas herdados da Monarquia continuaram sem solução.

Nesse sentido, os republicanos investiram em símbolos para identificar o novo Regime e também caracterizar a jovem Nação através da moeda corrente, da formação de um mercado forte e, simbolicamente, com a adoção de uma nova Bandeira nacional, entre outros. As escolhas não foram tranquilas, uma vez que o Governo português havia deixado marcas profundas na memória social dos habitantes do País. O Hino Nacional, que foi mantido, exemplifica vínculo estabelecido que não poderia ser rompido. Mas os republicanos viram, particularmente, na figura do herói, a possibilidade de consolidar o Regime político e, ao mesmo tempo, projetar os valores nacionais.

Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes, foi escolhido para protagonizar o papel de herói nacional. Seu nome dissipou as animosidades entre os republicanos. Não havia um nome, na história recente do País, que fosse, ao mesmo tempo, conhecido, que não causasse divergências políticas e nem tivesse tido ligações com o Governo Monárquico. Tiradentes, na realidade, foi uma panaceia. Toda a midiaticização realizada em torno de sua morte fez com que seu nome não só fosse

associado à barbárie cometida pelo Governo português, mas se fizesse presente no imaginário social como um injustiçado.

A história de Tiradentes foi recontada e, nesse sentido, a religião foi empregada para garantir a adesão por parte dos brasileiros. Villares o desenhou com traços que o remetiam à imagem atribuída a Cristo, um salvador. Num País onde o Catolicismo era a religião predominante, a imagem poderia ser facilmente identificada. Vale registrar que a Indústria de massa inexistia e que poucas pessoas eram alfabetizadas e tinham acesso à imprensa, frágil e restrita, geralmente, aos grandes centros.

Foi em torno do Panteão cívico que o Estado realizou a primeira mediação oficial e não mediu esforços para propalá-lo. Trata-se da difusão, em grande escala, da imagem de Tiradentes nos mais variados suportes mediativos do final do séc. XIX, perpassando o séc. XX. A face do herói passou a ser exibida em pinturas e esculturas. Seu nome foi empregado para nominar clubes, ruas, praças e avenidas em todo o País. O Governo decretou Feriado nacional no dia 21/04, em alusão à morte de Tiradentes, e o designou Patrono da Polícia brasileira. Além disso, financiou a publicação de textos em jornais e concursos que enalteciam os valores que preconizava. O fato é que a imagem de Tiradentes foi de grande valia nos momentos de instabilidade política.

Percebe-se que os meios de comunicação de massa foram subservientes ao Estado que se fez presente, e se impôs, de diversas formas. Entretanto, mesmo validando os pronunciamentos de cunho nacionalista, os veículos de comunicação atuaram, desmascarando os reais motivos daquela pretensa necessidade heroica, através da apresentação de textos contra-mediativos, com personagens que,

progressivamente, foram produzindo uma caricaturização daquele herói. Nossa pesquisa investigou as características políticas e culturais do herói nacional, suas mediações, e os modos pelos quais os veículos de comunicação criam, mantêm e traduzem simulacros da suposta e indispensável figura do herói nacional. A questão que norteia a tese é a seguinte: Como as mediações atuaram e atuam na tentativa de criar e impor uma figura simbólica e como subvertem essa pretensa necessidade?

Entendemos que as mediações tratam de processos de vinculação originados de suas fontes mediativas: suportes midiáticos, cultura, política, classe social, instituições, entre outras. Para Signates³ (1998) no artigo *Estudo sobre o conceito de mediações*, a mediação também se origina na mente do sujeito, em suas emoções e suas experiências. Barbero (2003) apresenta pontuações que relacionam a mediação com estruturas, formas e práticas vinculatórias; discursividade específica que associa diferentes temporalidades ou sociabilidades, como instituição ou local geográfico, como dispositivo de viabilização e legitimação da hegemonia ou resolução imaginária da luta de classes no âmbito da cultura.

Na pesquisa que ora apresentamos, exploramos a força e o desgaste progressivo da mediação oficial através de contramediações apresentadas em vários suportes midiáticos: pintura, jornal, literatura, e mídia eletrônica (cinema e televisão). Trata-se de textos de épocas distintas, com características próprias, que desafiam os valores heroicos e apontam para uma realidade diversa daquele apregoada pelos republicanos, projetada em seu Panteão.

³ No texto *Estudo sobre o conceito de mediações* Signates tece uma série de considerações levando em conta os pensadores envolvidos no campo dos estudos culturais: Orozco Gomes (1994), Williams (1979) e Martin- Barbero (2003) para classificar o que pode, ou não, ser mediação. Segundo o autor mediação não é intervenção no processo comunicativo, nem intermediação – palavra relacionada ao positivismo e seus “dualismos básicos” (Williams) – tão pouco filtro, já que a ideia de filtragem remeteria à seleção de conteúdos.

No primeiro capítulo, investigamos o Estado-Nação, sua constituição, a formação da República, sua necessidade mediativa e também textos contramediativos, encontrados em jornais e revistas com críticas direcionadas ao Estado. Também apresentamos o investimento mediativo e midiático, realizado em torno de Tiradentes. No capítulo seguinte, apresentamos considerações a respeito do herói e a construção de um mito, Tiradentes, como metáfora de Cristo e também sua presença no imaginário coletivo. Fechando o segundo capítulo, realizamos a análise da espacialidade e comunicabilidade da obra de Pedro Américo, *Tiradentes Supliciado*, sua imagem e narratividade.

No terceiro capítulo, *Do herói regional ao herói urbano*, apresentamos o anti-herói Jeca-Tatu, e o herói picaresco Macunaíma. O reacionário Monteiro Lobato, através da publicação de uma ruidosa crônica, intitulada *Urupês*, revelou Jeca-Tatu, primeiro personagem que projetou o caboclo, simbolizando milhares de brasileiros, que viviam à margem dos grandes centros, destituídos de qualquer política social. Ao atribuir ao caboclo e ao imigrante a culpa pelo atraso do País, Lobato também criticava o Estado pela marginalização daqueles brasileiros até então esquecidos. Da literatura, analisamos *Macunaíma*, obra 'artesanal' de Mário de Andrade, que sinaliza as mudanças vividas pelos centros urbanos, sobretudo na cidade de São Paulo, e acentua a malandragem de seu herói pícaro, como forma imperativa, necessária para sobrevivência de um 'herói genuíno' num cenário imposto, diverso daquele que conheceu.

No quarto capítulo, intitulado *O herói eletrônico*, apresentamos os personagens televisivos, exibidos pela Rede Globo de Televisão: *Foguinho*, extraído da novela *Cobras & Lagartos* (2006), e *Seu Creysson* do programa humorístico

Casseta & Planeta Urgente! (2002), que apontam para um tipo nacional, com valores divergentes daqueles imputados a Tiradentes. Do cinema, o texto fílmico *Caramuru, a invenção do Brasil* (2001), que revela a história oficiosa do Descobrimento do País, analisamos o personagem Diogo Álvares que, embora estrangeiro, torna-se Rei do Novo Mundo. Os três personagens apresentam, em doses diversas, mas com similares objetivos, a carnavalização como estratégia utilizada para a descaracterização daquela heroicidade preconizada pela República.

O método histórico comparativo foi empregado para a análise do corpus citado. O referencial teórico abordou conceitos desenvolvidos por Vladimir Propp (1997), para a caracterização da narrativa-padrão, e por Mikhail Bakhtin (1997), através da estrutura dialogante da cultura e da carnavalização; pela semiótica greimasiana (enunciador e enunciatário com suas específicas estratégias de enunciação); por Baudrillard (1991), através da visualidade, da simulação e do simulacro da imagem; por Stuart Hall (2004), com as questões relacionadas à identidade moderna e pós-moderna; a teoria da espacialidade (Ferrara, 2008), além da leitura da realidade nacional desenvolvida por Alfredo Bosi (1992), Sérgio Buarque de Holanda (2006), Gilberto Freire (2005), Antonio Candido (1974), Octávio Ianni (1994), José Murilo de Carvalho (1990), entre outros.

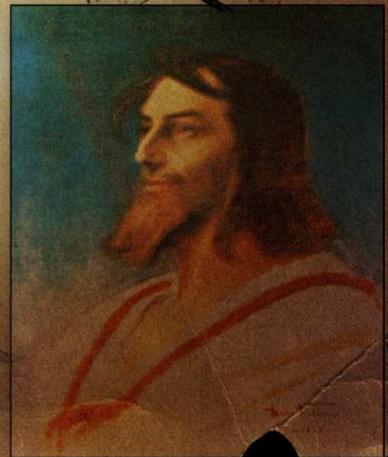
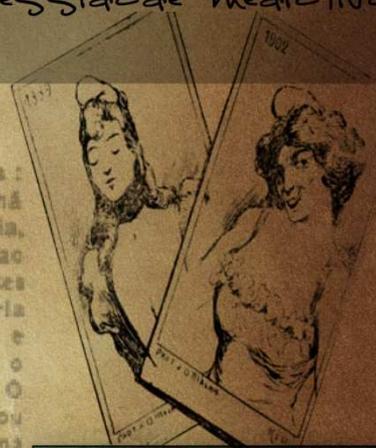


Capítulo 1

Estado Nação brasileiro: necessidade mediática

A controversia das barbas

Um exemplo das controvérsias em torno de Tiradentes: barba ou não barbas? Um historiador mineiro levantou, há alguns anos, a hipótese de que o Martir da Inconfidência, ao contrário daquilo que se supõe, tinha o rosto raspado, ao ser conduzido para o patíbulo. A imagem do Tiradentes de longa cabeleira e barbas compridas seria falsa e teria sido forjada para criar uma semelhança física entre ele e Jesus Cristo — acentuando-se assim o paralelo entre o sacrifício do Calvário e o drama brasileiro de 1792. O governo mineiro, pelo que se informou na época, chegou a mandar imprimir milhares de folhetos, com a estampa de um Tiradentes imberbe, mais jovem do que aquele que estavam acostumados a imaginar, para serem distribuídos nas escolas. Mas o presidente Castelo Branco decidiu a questão: por decreto de abril de 1968 determinou a restauração da barba de Tiradentes.



1 ESTADO-NAÇÃO BRASILEIRO: NECESSIDADE MEDIATIVA

Dada a ausência da participação popular na Proclamação da República, ocorrida em 1889, e até mesmo o desconhecimento da maioria dos brasileiros quanto às possíveis articulações e intenções que levaram à deposição do Governo Português, o Governo Republicano viu-se obrigado a investir, midiaticamente, tanto na formação de símbolos, que externariam os novos valores, como nos suportes midiáticos, que garantiriam a difusão das mensagens. O fato é que questões urgentes deveriam ser administradas para que o novo Regime não fosse comprometido: o Positivismo ajudou nesse sentido.

A República apresentou um conjunto de elementos simbólicos, que foram difundidos através de suportes mediativos, com a missão de dar identidade ao regime nacional e diferenciá-lo, sobretudo, do Governo precedente. A difusão da bandeira e do hino, a circulação da moeda e a exposição do herói nacional aliavam ações mediativas e de interesses políticos para que o novo Governo obtivesse legitimidade, permanência, adesão popular e também estabelecesse unidade territorial. Entretanto, todo o processo de implementação da República foi conturbado.

Embora houvesse necessidade de o governo mostrar-se completamente novo, houve divergências quanto à adoção dos símbolos, uma vez que alguns já estavam enraizados, como o Hino Nacional, escrito, em 1822, por Francisco Manuel da Silva. Com relação à escolha de um panteão, todos concordavam em ser necessário encontrar um nome que não estabelecesse ligação com o Regime Colonial, mas que emblematizasse e exponibilizasse o novo discurso proferido pelos republicanos, que

propagava um Estado próspero, agasalhador, protecionista para com o povo brasileiro.

Neste capítulo, resgatamos informações a respeito da formação da República, sua urgência, a constituição do Estado-Nação e a influência do Positivismo, bem como a necessidade mediativa do símbolo. Apresentamos charges da época, ilustrações contra-mediativas que criticam a República, e investigamos o processo de construção do primeiro herói Tiradentes sua exponibilização, e o papel a ele atribuído.

1.1 A FORMAÇÃO DA REPÚBLICA: URGÊNCIA E INSENSATEZ

Antes da República ser instaurada, estava claro o descontentamento dos profissionais liberais que almejavam participar das decisões políticas e dos empresários que queriam implantar a indústria nacional. Os brasileiros, de modo geral, estavam entregues à própria sorte, destituídos de qualquer política social. Os meios de comunicação estavam concentrados em poucos locais. O número de jornais impressos era reduzido e não estava acessível à população, em grande parte analfabeta e marginalizada da vida política do País. As notícias trazidas por jovens estudantes a respeito de mudanças e possibilidades da formação de um novo Estado, vinham do Exterior, sobretudo da França e dos Estados Unidos, e eram acolhidas com entusiasmo já que o cenário interno era insustentável e não prometia inovações.

O fato é que mudanças deveriam acontecer⁴. O Brasil passava por um estado de tensão que refletia a República como possibilidade capaz de azeitar os mecanismos que emperravam o desenvolvimento econômico do País, um contraponto com a tradição patrimonialista, vigente desde a Colônia. Ianni (1963) esclarece que existia no País uma inadequação social por conta da coexistência de duas estruturas: a agrocomercial e a urbano-industrial, que estavam se destacando⁵. Os grupos vinculados à estrutura urbano-industrial, a que se refere Ianni, sabiam disso e, assim, mobilizavam-se para a instauração de novas diretrizes econômicas e sociais que aconteceriam após 1930.

A emergência da República manifestou-se por conta da atuação de um pequeno grupo de pessoas, os militares, sobretudo. Segundo a historiografia, foi a partir da “Questão militar” (uma série de conflitos entre militares e Governo, no período de 1886 a 1887) que surgiu o Clube Militar e, posteriormente, a ascensão do líder Benjamim Constant, um dos articuladores da República, que já divulgava ideias positivistas para jovens militares. Castro (2000, p. 26) pontua que: “A mocidade militar era francamente republicana desde muito antes da ‘Questão Militar’ de 1886-87”⁶.

⁴ Silva (1994) menciona quatro fatores que desencadearam a crise do Império e levaram à Proclamação da República: as transformações ocorridas na sociedade brasileira, na segunda metade do Séc. XIX; a decadência da aristocracia tradicional; o aparecimento de uma nova elite cafeeira; e a incapacidade do Governo imperial em resolver os problemas do país. “Somam-se a isso questões mal resolvidas com a Igreja, com os militares e os problemas relacionados à abolição da escravidão” (p. 43).

⁵ Para o Ianni (1963, p. 22) a dominação patrimonial, com base na supremacia do café, não permitia que “diminutos grupos de industriais” instaurassem indústrias e controlassem “o processo produtivo e político do proletariado condizentes com a exigência da situação.” Vale lembrar que a crise agrária estava preconizada desde a falência do engenho, porém maquiada pela produção do café.

⁶ Os escritos dos alunos da Escola Militar revelam um ambiente intelectual diversificado... O cientificismo predominante era uma mistura eclética de diversas doutrinas – positivismo, evolucionismo, monismo – e o mais importante para os jovens “científicos” era seu espírito geral. As diferenças entre os autores eram minimizadas pelo que afirmavam em comum: a fé no progresso e na posição de destaque devida à ciência para se atingir uma visão correta da vida social e da política (CASTRO, 2000, p. 18).

Boa parte dos republicanos eram jovens militares, liderados por Benjamim Constant. A adesão dessa parcela do Exército deve-se ao fascínio das ideias procedentes da Europa, aliado à mentalidade de salvação nacional sempre adotada pelo Exército. Costa (2007, p. 461) declara que a ideia de salvação é disseminada com a institucionalização do Exército, a partir da Guerra do Paraguai. Mais adiante, a autora afirma: “Generalizava-se entre os militares a convicção de que só os homens de farda eram ‘puros’ e ‘patriotas’, ao passo que os civis, ‘os casacas’ como diziam eram corruptos, venais e sem nenhum sentimento patriótico” (COSTA, 2007, p. 486).

O Novo Regime foi implementado pelos militares, grupo de oposição mais articulado, incomodado, havia tempo, com a postura do Governo monárquico. O Movimento republicano teria encontrado oportunidade de impor-se com o fechamento do Ministério em 1889⁷, ano da Proclamação. Atribui-se ao político e militar, Manuel Deodoro da Fonseca, a Proclamação da República, por meio de golpe militar. Sabe-se que a Proclamação, bem como a Independência, foi feita sem a participação popular, sem revolução social, o que exigiria esforço do novo Governo para conseguir adesão das camadas que não participaram da tomada de Poder, tanto na aceitação das novas decisões administrativas como na garantia da permanência do Regime. As ações midiáticas citadas anteriormente corresponderam a esse esforço.

Skidmore (2000, p. 108) pontua que: “Como a maioria das transições políticas importantes no Brasil, a queda do Império deu-se virtualmente sem

⁷ Ouro Preto, a pedido do Imperador, havia proposto uma série de medidas para atenuar o descontentamento de setores importantes do País. O político temia o Movimento republicano e pensava que a única forma possível de aniquilá-lo seria através de uma reforma política. Ele propunha liberdade de culto, elaboração de um Código Civil e reforma do Conselho do Estado, que não teria mais caráter político e sim administrativo. A proposta foi refutada. Dos noventa votos, setenta foram contra. O resultado da votação deixava explícito o temor dos políticos, caso as novas medidas fossem aprovadas; e a recusa em realizar alterações políticas dirigidas contra o poder, e a falta de visão dos políticos até mesmo com a possível Proclamação da República, que se tornaria inadiável a partir dessa intransigência externada pelo Império.

derramamento de sangue”. Sodré (1990, p. 291) corrobora que o advento da República não é assinalado por reformas importantes que marcam as fases de mudanças, nem por choques de opiniões. Porém, para o autor, no episódio da República, embora os acontecimentos fossem de expressão reduzida, “a mudança não o é, entretanto”. O Novo Regime:

[...] influi na política econômica, desde logo com a questão de tarifas vai até a orientação financeira: da passagem de Rui Barbosa pela pasta à falsa euforia e desastre do encilhamento surge uma poderosa rajada renovadora, assustando a antiga placidez do ambiente (SODRÉ, 1990, p. 275).

Carvalho (1990, p. 24) coloca que a tarefa dos republicanos era substituir o Governo e construir uma nação. “Eles a enfrentaram de maneira diversificada, de acordo com a visão que cada grupo republicano tinha da solução desejada”. Costa (2007) afirma que a Proclamação da República, em 15 de novembro de 1889, não tinha, inicialmente, nenhum intuito republicano: visava apenas à alteração do Poder e à queda do Ministério. O fato é que a instauração da República promoveu a queda do Governo português e viabilizou um rearranjo com novos atores políticos e administrativos.

1.2 A CONSTITUIÇÃO DO ESTADO-NAÇÃO

No Brasil, bem como na América Latina, o Estado-Nação apresenta problemas desde a sua constituição. Tomado como possibilidade única de regime político a ser viabilizado - que ignorava a presença das sociedades existentes e sua

organização social impunha - se através do novo modo administrativo rodeado por um arsenal de símbolos, que o faria visto e respeitado.

A questão do Estado Nacional, conforme lembra Ianni (1983), envolve sua consolidação. Em nosso País, o Estado foi fundado de forma impositiva, com intuito de instaurar bases simultâneas para o liberalismo econômico, em vigor nos Estados Unidos, ao lado dos valores positivistas de Comte e de parte das ideias dos jacobinos, pensamentos propagados pela França. As duas formas de gerir o Estado nunca fizeram par ordenado. Não houve fusão de interesses voltados ao contexto brasileiro. Carvalho (1990, p. 19) lembra que:

As repúblicas da América Latina ou eram consideradas simplesmente derivações do modelo americano, ou não se qualificavam como modelos devido a turbulência política que as caracterizava. Dizer modelo francês é incorreto: havia mais que um modelo francês, em decorrência das vicissitudes por que passara a república naquele país.

No caso brasileiro, havia um jogo de forças que previa a modernização do País e a abertura do Comércio internacional, sem rever os problemas herdados do Colonialismo. Internamente, o País manteve a frágil estrutura, econômica e social, e também a falta de projetos e perspectivas para os negros, parcela representativa da população, liberta um ano antes da Proclamação da República⁸.

⁸ Além das questões ideológicas apontadas, o Estado via-se obrigado a conciliar também as divergências dos republicanos que se dividiam em três grupos. O primeiro, formado por proprietários rurais, herdeiros de muitos valores da monarquia, que evitavam a participação popular nas decisões políticas. Para os profissionais liberais, professores e jornalistas, que compunham o segundo segmento, o Regime significava liberdade e igualdade de participação – mesmo não expondo de forma clara como efetivá-la. O terceiro grupo emblemizava a versão positivista da República, que condenava a Monarquia em nome do progresso, propunha a separação entre a Igreja e Estado, mas tinha a ideia de ditadura republicana. Os militares compactuavam com essas ideias e, de acordo com Carvalho (1990, p. 28), sentiam-se atraídos pela ênfase dada pelo Positivismo à Ciência, ao desenvolvimento industrial.

Para que fosse estabelecida Unidade nacional, foi necessário suprimir interesses e originar outros, pois havia necessidade de reconhecer e identificar o tipo étnico: urgia extrair um novo retrato do que seria o País, superando o conflito de ser povoado por índios, colonizados por brancos de várias procedências, contando com a força do trabalho negro, vindo de diversos pontos da África. Por isso, em nome da nova Nação, as várias etnias e os valores culturais foram desconsiderados. Acreditava-se que, através de um idioma único, seria possível impor ordem, controle e participação efetiva no Mercado internacional. Ianni (1994, p. 70) pontua que “[...] a sociedade nacional sempre esteve desafiada também por reflexões externas, exteriores ou internacional, de cunho social, econômico, político, militar, geopolítico, cultural ou outro”.

Como tentativa de conciliar a falta de habilidade em resolver os problemas efetivos, herdados desde o Império e, ao mesmo tempo, esconder as fraquezas do novo Regime recém-instaurado, foram projetados símbolos que teriam o papel de levar adiante a mensagem de uma República forte e presente. Os representantes, de fato, desejavam compor um novo País, também simbolicamente. Nesse sentido, foram estabelecidas articulações políticas, nem sempre consensuais, para a instauração de elementos simbólicos que viriam caracterizar a Nação, como o hino, a bandeira nacional, os santos, os mitos e a religião, todos calcados em outros elementos que formam o retrato da Nação: povo, mercado, moeda-corrente e aspectos geográficos.

Havia o desejo de apagar traços simbólicos que estabelecessem qualquer vínculo com o Governo anterior. Alguns símbolos já haviam sido difundidos a ponto de não ser mais possível ignorá-los. O Hino nacional, de 1822, foi mantido. A

Bandeira nacional, apresentada pelo novo Governo, com cores que remetiam à França, base dos mentores republicanos, foi refutada. Vigorou a proposta que mantinha ligação com elementos articulados pelo Império, como as cores e os símbolos. O Colonialismo havia fixado base cultural que não era possível ignorar. Vê-se que não havia condições de instaurar, de fato, um novo regime que rompesse de vez com bases estabelecidas por mais de três séculos: a bandeira nacional e a religião católica, introduzida desde a Colonização⁹. Laraia (2003, p. 45) lembra que o homem é herdeiro de um processo acumulativo “que reflete o conhecimento e a experiência adquirida pelas numerosas gerações que o antecederam”.

1.2.1 Tarefa republicana e necessidade mediativa

Sodré (1990, p. 293) apresenta dados que nos ajudam a dimensionar a tarefa dos republicanos na tentativa de retirar o País do atraso em que se encontrava. O Brasil, em 1889, contava com 14 milhões de pessoas, 916 municípios, 348 cidades, dois portos, uma usina elétrica, 8.000 escolas, 533 jornais, 360 km de rodovias e 10 mil km de ferrovias. Era urgente modernizar o País. Porém, para que as mudanças pudessem ser implementadas, fazia-se necessário dar unidade ao País e criar uma atmosfera persuasiva no sentido de conseguir adesão dos brasileiros em torno do Movimento republicano, e isso só seria possível através da mediação simbólica, devidamente articulada, para caracterizar uma identidade coletiva.

⁹ Com relação à bandeira, Carvalho (1990, p. 113) registrou: “Conservavam-se o desenho imperial e as cores, representações de nossa natureza e nossas riquezas. Até mesmo a cruz permaneceu no cruzeiro do sul, uma cruz leiga que podia ser vista com simpatia pelos católicos”.

Assim, todo o suporte mediativo da época - que incluía pinturas, edificações, jornais e esculturas - foi empregado pela República no sentido de autoafirmar-se, de dar sustentação aos novos caminhos adotados e de construir uma nova narrativa para o País. O Brasil precisava de passagens memoráveis que fossem capazes de estabelecer vínculos de Norte a Sul, de fomentar um sentimento nacional para “sossegar os ânimos” e, ao mesmo tempo, conseguir aceitação por parte dos brasileiros. O primeiro herói a representar a Nação, o índio¹⁰, já não tinha força suficiente para servir de baluarte para o País, que precisava de novos elementos que representassem mudança por parte da atuação do Estado.

Nesse sentido, a ideia republicana de que o Estado seria forte e agasalhador foi sendo elaborada e expandida através da propaganda em comícios, conferências e pela imprensa, desde a fundação do Partido Republicano, em 1874. Segundo a historiografia, a propaganda republicana ganhou impulso desde o lançamento do Manifesto Republicano, em 1870, mas pode-se dizer que a difusão das ideias republicanas foi “concretizada” através da consolidação do próprio Partido, com uma proposta evolucionista. A primeira inovação foi em 1881. Elaborou-se o “programa dos candidatos”, que servia como guia para campanhas eleitorais. Corte Real (2004, p. 8) afirma que o programa foi divulgado pela imprensa e, “para garantir a visibilidade, foi sendo apresentado aos poucos, durante vários dias nos jornais partidários”. Com a

¹⁰ Assim como na Europa, o Romantismo no Brasil, em vigência de 1836 a 1881, através do Indianismo, surge com a finalidade de consolidar o Estado Nacional. O índio, o único elemento possível de ser resgatado como herói na época - não afrontava politicamente nem ofendia a elite por conta do preconceito da cor negra. Ao ser figurativizado, enaltecido com as características de herói medieval, tornava-se exótico e expunha o País como o primeiro “produto de exportação nacional”. De indolente, fraco e preguiçoso, passou a representar o País como corajoso, íntegro e belo, pela mídia da época, composta pela literatura, música, pintura e teatro. Inicia-se assim, de modo intenso, o movimento que transformou a necessidade nacionalista de construção do herói nacional em objeto de mediação. Cabe pontuar que os indianistas tiveram influência direta da Independência. Dom Pedro II, que assumiu o Brasil em 1840, patrocinou vários trabalhos artísticos, entre eles, *A Confederação dos Tamoios*, de autoria de Gonçalves de Magalhães, em 1856.

realização da convenção de Itu, em 1873, a propaganda republicana ganhou mais projeção¹¹. Debes (1977, p. 106) registra fragmento do texto apresentado pelo Jornal Paulistano:

É acusado significar a importância desta reunião e o influxo que daí há de vir em prol da consolidação da propaganda republicana e do grande Partido nacional que será dentro em pouco a maioria do país – organizada e forte pela união (Correio Paulistano, 19/12/1872, nº 4290. secção particular 2)

Durante quinze anos, da formação do Partido Republicano até a formação da República, percebe-se o desenvolvimento progressivo de uma opinião favorável à ideia republicana. Com a tomada do Poder, os republicanos destinaram recursos para que as mensagens oficiais fossem difundidas. Com isso, conseguiram imprimir sua versão, paulatinamente, através da reprodução de pronunciamentos e imagens oficiais. Entretanto, a divulgação oficial não conseguiu gerar unanimidade por parte dos receptores dessas mensagens. Manifestações contrárias também foram externadas. Através de pesquisas, realizadas por historiadores como José Murilo de Carvalho, temos registradas manifestações que desqualificam a representação tramada pelo Regime republicano. São charges, textos publicados em jornais, e imagens que colocam em xeque valores preconizados pela República e colocam à luz outra narrativa e outra comunicação, bem mais árida para o Brasil.

¹¹ Entre os divulgadores estavam Benjamin Constant, Frederico Sólton, Bernardo Vasques, Antonio Adolfo, Mena Barreto, Carlos de Alencar, Sebastião Barreto e Joaquim Ignácio.

1.3 CHARGE: CONTRAMEDIAÇÃO REPUBLICANA

É pertinente salientar que as charges, publicadas em jornais alternativos, semi- oficiais, como *O País* (1875), dirigido por Quintino Bocaiúva, e em revistas como a *Ilustrada*, tiveram importante papel, uma vez que atuaram como mediação subterrânea ao discurso oficial. Os títulos dos periódicos, por si, denotam crítica: *O Malho* (1902) *Fom Fom* (1913), *O Mequetrefe* (1875), *O Gato* (1913), *O Tagarela* (1902). Os cartunistas, muitos deles simpatizantes do Regime republicano, utilizaram sua arte e a figura da mulher para fomentar oposição à Monarquia.

Sabe-se que a simbologia em torno do Positivismo era rica. Na França, a figura da mulher deveria simbolizar “idealmente a humanidade”. Assim, de acordo com a necessidade e evolução do Movimento político, simbolizou a liberdade, a própria revolução, até tornar-se emblema do Regime republicano. Segundo Carvalho (1990), a inspiração para o uso simbólico teria vindo de Roma, uma vez que lá a mulher era tida como símbolo de liberdade¹². Na República brasileira, a mulher também foi empregada simbolicamente, antes mesmo da implementação do Regime. Entretanto, a própria República, traduzida em figura feminina, era satirizada, ironizada e caricaturizada já que nosso contexto histórico era diverso.

As charges selecionadas para esta pesquisa apresentam intertextos que remetem a outros de natureza pictórica como a Bandeira nacional, a Coroa – vinculada à Monarquia - ao retrato de homens públicos, sobretudo da República, como figuras femininas. Encontramos, nas tiras, sátira e ironia, esta última entendida como forma de contestação da autoridade política e governamental, de subversão dos

¹² No Brasil, somente Décio Villares, dos pintores, utilizou a mulher como símbolo.

valores e elementos simbólicos difundidos pelas instâncias de Poder oficial. Para Brait (1996, p.15) “[...] a ironia é considerada como estratégia de linguagem que, participando da constituição do discurso como fato histórico e social, mobiliza diferentes vozes e instaura a polifonia”.

Em alusão à data que celebra a Proclamação da República, *O Malho*, em 1902, apresenta charge, assinada por C. do Amaral, composta por dois retratos femininos. O primeiro, datado de 1889, apresenta uma mulher bela, bem-penteada, aparentemente recatada, inocente, valores que projetariam uma dama. O outro retrato exhibe uma mulher diversa, com traços que sinalizam a vulgarização e o ridículo quando colocadas lado a lado às primeiras imagens. A sátira, a ironia e conseqüentemente, a crítica são reveladas como resultado da comparação e da “transformação” ocorrida no período de 13 anos: a República de 1902, despenteada e malvestida, estaria sorrindo, zombando e exibindo-se com sua verdadeira face, sem virtudes.

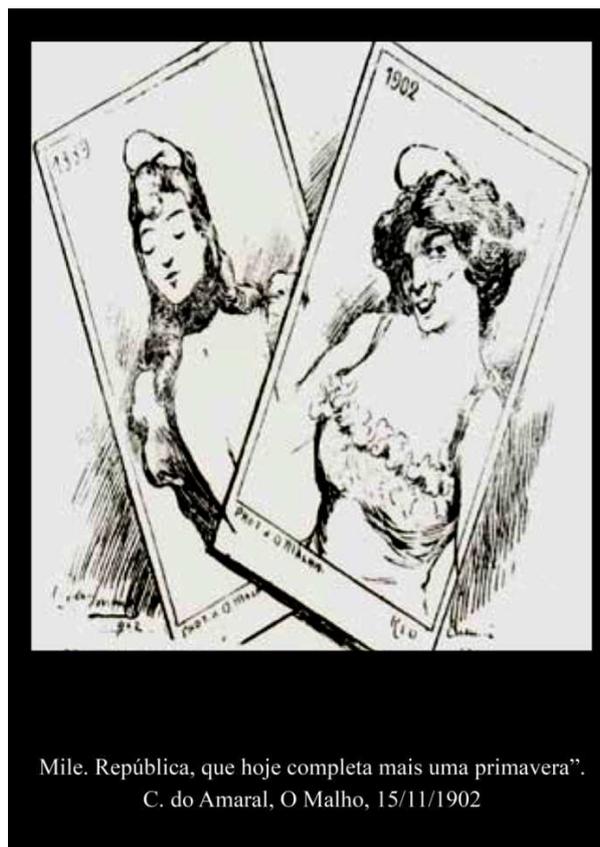


Figura 1

O *Malho*, em novembro de 1904, apresentou crítica ao Regime republicano através da ilustração referente à Revolta que acabara de acontecer no Rio de Janeiro, capital do País, por causa de dois projetos: um relativo à urbanização da cidade, e outro que previa reforma sanitária¹³. A ilustração traduz o posicionamento imperativo da República e do presidente do País, que, para estabelecer modernização urbana no Rio de Janeiro, determinou desapropriações e literalmente “esmagou” vários locais da cidade. Embora apresentada sem título e autoria, seguramente por

¹³ No início do Séc. XX, o Rio de Janeiro, capital nacional, enfrentava problemas estruturais que comprometiam a saúde da população. O Estado-Nação, sob o comando do então presidente Rodrigues Alves, implementou projeto de saneamento e modernização da cidade. Várias pessoas ficaram desalojadas, pois foram destruídos prédios antigos e cortiços para construção de avenidas. Oswaldo Cruz, responsável pela saúde pública, criou projeto que previa vacinação obrigatória. A imposição gerou descontentamento político e movimento popular, conhecido como Revolta da Vacina. As manifestações e o descontentamento da população fizeram com que o Governo suspendesse a obrigatoriedade da vacina e declarasse Estado de Sítio, em 16/11/1904.

causa da censura, a charge parodia Rodrigues Alves, presidente do Brasil em exercício. Através do emprego de seu retrato, é facilitado o entendimento do discurso e escancarada a crítica.

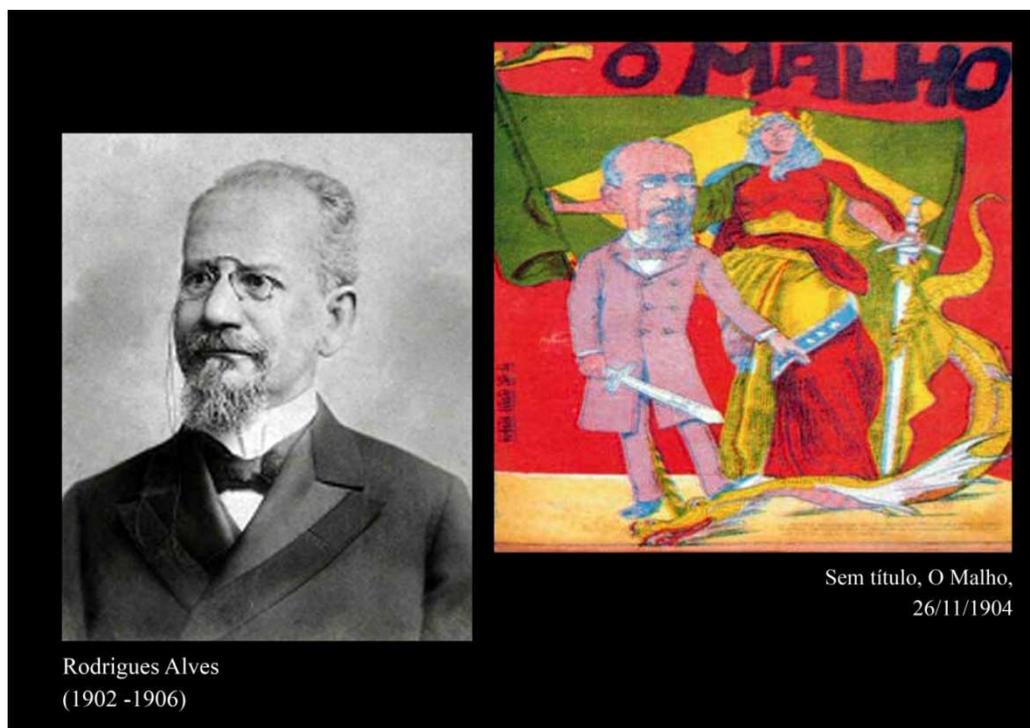


Figura 2

A figura da mulher é representada com alguns símbolos clássicos: espada, bandeira e os louros que remetem ao contexto romano. Situada na parte central do espaço, mas ao fundo da cena, atua na ambígua posição de proteção e juiz da frágil imagem do Presidente que, embora colocado em primeiro plano, apresenta dimensões menores e claramente desproporcionais em relação à figura feminina que preenche e ocupa toda o fundo do espaço. Enquanto sustenta a bandeira nacional com uma das mãos, que é projetada para atrás de si, com a outra apresenta a espada cravada no chão, posição e olhar de assentimento à cena narrada: o Presidente da Nação pisoteando os revoltos, usando de violência, tal qual o Regime monárquico fizera. A representação feminina aqui, exibida de modo sobreposto à bandeira

nacional, ao dístico “ordem e progresso”, reitera, de modo ambíguo, e simultaneamente, a autoridade republicana acima de qualquer clamor, e revela sua incapacidade de atender à população tal como prometera, de modo agasalhador.

A revista *Fon Fon*, de 15/11/1913, apresenta charge que coloca no mesmo plano duas mulheres conversando, as quais emblematizam a Monarquia e a República, respectivamente. A primeira, facilmente identificada pelo uso da coroa, é uma mulher em idade avançada, corcunda e decadente, que conversa com a outra, a República, exponibilizada através de uma jovem, esguia, que porta um chapéu. Soma-se à roupa da mulher jovem um laço posicionado na altura dos joelhos, envolvendo as pernas. Esse detalhe é capaz de gerar estranhamento ao leitor da charge, dado que os movimentos amplos estariam comprometidos. À narrativa da charge soma-se a gestualidade das personagens, já que a mulher que representa a Monarquia tem os antebraços e as mãos em posição de questionamento, ao passo que a República tem o pescoço levemente curvado, em uma posição de assentimento. Ao fundo do cenário apresentado, estão o losango que remete à Bandeira nacional e o nome da revista *Fon Fon* – onomatopéia de buzina – que, no alto da cena apresentada, está “despertando a atenção” do leitor. A sátira é clara: a República, aos 34 anos, estava amarrada, sem conseguir estabelecer avanços de qualquer ordem política ou social. No rodapé da charge, o diálogo corrobora com a imagem:



Figura 3

Outra charge que critica e satiriza o Governo e também o Positivismo foi elaborada por Angelo Agostini e impressa na publicação *Dom Quixote*, em 25/11/1895. O título “*O ano de 1896*” faz com que a imagem obtenha especial atenção posto que, avaliando o presente, preconiza o cenário nacional futuro. Em sua composição, estão contemplados os políticos, o povo e a República. Há uma estrada que indica o caminho do progresso, onde outras repúblicas transitam. Entretanto, a República brasileira, como as outras, também representadas por uma mulher, é conduzida em direção oposta ao caminho indicado. Ela aparenta “saber” estar no caminho equivocado.

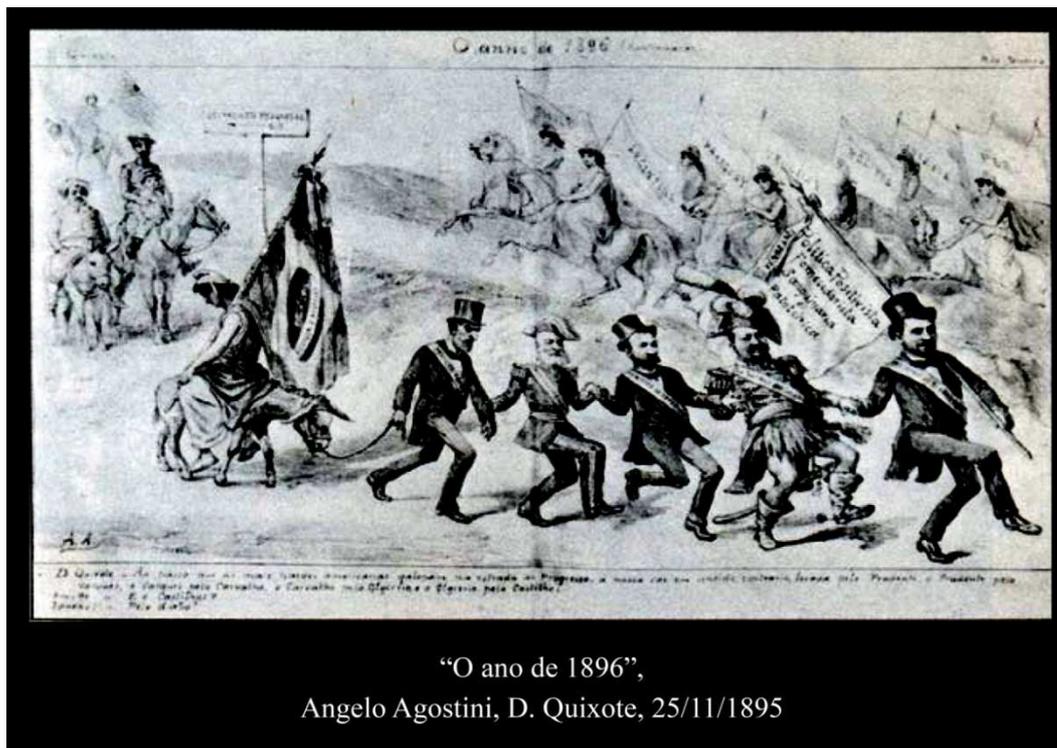


Figura 4

Com a face de desalento, a República está sobre um cavalo, de costas ao sentido do trote do animal, em posição contrária àquela destinada à amazona, e é conduzida, a contragosto, por um grupo de representantes que marcham com outra bandeira, carregada por Prudente de Moraes¹⁴, com os dísticos: “Política Positivista, Fornecedorista, Sanguinária, Patetóirica”. Percebemos que todo o contexto apresentado é criticado, e patético ao mesmo tempo, bem como as palavras impressas na Bandeira que subvertem os valores amplamente difundidos pelos republicanos.

A República não teria forças para fazer-se valer e, assim, seria arrastada por políticos que a ignoram ao ponto de elevar outra bandeira já que “a ordem e o progresso” estariam comprometidos. O povo não é deixado de lado, mas é exibido como elemento alheio ao que realmente se passa. Foi com olhar sagaz que Agostini

¹⁴ Prudente de Moraes foi o primeiro Presidente a ser eleito pelo voto direto. Seu mandato foi de 1894 a 1898.

deu visibilidade, através de sua arte e da crítica, ao atraso do País da época por, pelo menos, mais um ano.

Se, de acordo com Rabaça & Barbosa (1987, p. 126), no *Dicionário de Comunicação*, o objetivo da charge¹⁵ for a crítica humorística imediata de um fato ou acontecimento específico, em geral de cunho político, constatamos que as charges apresentadas vão para além da definição dos autores. Na medida em que o cenário político é exposto, não fazendo alusão específica à Proclamação da República, mas à contestação do Regime político, apresentando-o como frágil e deficiente para a Nação, a charge ganha o peso de um editorial, capaz de interferir exatamente sobre a camada ilustrada da população, os únicos alfabetizados e com condições de intervenção política.

Antes de fechar esse tópico, cabe salientar a diferença de construção de processo midiático da simbologia republicana em relação às charges. Se tomarmos a Bandeira nacional como exemplo, percebemos que há uma expressão visual e cromática, enquanto que as charges, contrariamente, inserem-se em uma narrativa que envolve argumentação de um discurso voltado para a persuasão de um valor de natureza ideológica e política, se levarmos em conta o fato de estar contida em uma publicação. Passamos a explorar o herói nacional que apresenta, em sua constituição, a mais intensa estratégia política de consolidação do Estado Republicano.

¹⁵ Para Rabaça & Barbosa (1987, p. 108), a charge é uma subdivisão da caricatura, tal como o cartum, o desenho de humor, a tira, a história em quadrinhos e a caricatura propriamente dita – a caricatura pessoal.

1.4 TIRADENTES E A FORÇA DO SÍMBOLO

A criação de um novo herói, superando o índio, que não mais correspondia às necessidades do Estado, foi a alternativa adotada como mediação preponderante aos novos interesses políticos, econômicos e culturais, de raiz hegemônica e totalitária. Através de outro herói, a República poderia mostrar-se forte e presente. Hall (2006) afirma que as primeiras fontes de identidade cultural são provenientes das culturas nacionais. Nesse aspecto, o autor concorda com Gellner (1983) ao declarar: “Sem um sentimento de identificação nacional, o sujeito moderno experimentava um profundo sentimento de perda subjetivo” (HALL, 2006, p. 48).

Para dar sentido ao novo Regime, buscou-se, primeiramente, entre os integrantes da República, alguém que conseguisse protagonizar e atuar como tradução para o novo momento do País. Não havia consenso entre os nomes sugeridos. Alguns não eram carismáticos; outros não tinham um passado de luta pela República ou força suficiente para gerar identificação por todo o País. A única alternativa foi retroceder na historiografia nacional, em busca de um nome que tivesse peso suficiente para carregar os ideais republicanos. Coube a Joaquim José da Silva Xavier, o Tiradentes, protagonizar a República.

Tiradentes emergiu como elemento-chave para a República, instaurada no Brasil em 1889. Transformado em herói, ajudou a legitimar a nova Nação, ao lado de outros elementos criados para dar um novo rosto ao País, como a Bandeira e o Hino nacionais. O nome de Tiradentes era de convincente apelo popular: a extração de classe social a que pertencia; seu enforcamento, que sensibilizava os católicos; e a nobre causa da

derrama que atingia a todos¹⁶. Carvalho (2007, p. 29) diz que o herói “unia o país através do espaço, do tempo, das classes”.

Na tentativa de presentificar o herói, os republicanos publicaram textos em jornais e edificaram monumentos em praças. Clubes foram construídos, levando o nome de Tiradentes, nome que passou a fazer parte das cidades de todo o País, em ruas e avenidas. A imagem de Tiradentes precisava ser idealizada, e o fato de não existir nenhum retrato facilitou a modelação do herói, com os valores que o Regime pregava. “Para os positivistas, boa parte dos republicanos, a idealização dos heróis ‘era regra da estética comtiana’; para os outros fazia parte da tentativa de criar o mito e o culto ao herói” (CARVALHO, 2007, p. 29). Como ilustração, resgatamos trecho do artigo assinado pelo republicano Leôncio Correia, no jornal Folha da Manhã, em 1926, que cultua o herói.

Tiradentes é em verdade um tipo perfeito de patriota iluminado. Humilde de estirpe e de haveres como quase todos os astros que governam a história universal – se pecou com o transbordamento de frases ardentes, em cautela, atirada a todos os ventos foi por excesso de amor a causa que sublimou pelo seu sacrifício, e que a sua vida, ao seu coração, a sua alma se ligou como claridade a aurora, como a lua ao dia [...]. Nem uma vacilação ao andar, nem um tremor na face, nem uma sombra na fisionomia! Era como se levasse a imortalidade no olhar, a glória na prece o céu em si.

O nome Tiradentes emergiu como símbolo necessário ao novo Regime político, já que estabelecia ligação com os brasileiros, por conta da barbárie de sua morte como inconfidente, 100 anos antes da Proclamação da República, e seu nome não causava

¹⁶ De acordo com registros, sabe-se que o plano dos Inconfidentes foi desmantelado pelo Governo através de denúncia de Joaquim Silvério dos Reis, e que Tiradentes foi o único integrante do Movimento a ser enforcado e a ter o corpo esquartejado e espalhado pela região, fato que horrorizou a população.

divergências entre os republicanos. A imagem de Tiradentes constitui um dos estudos de caso desta pesquisa, dentro dos recursos mediativos do Estado-Nação que promove a figura do herói nacional como requisito indispensável para a instauração efetiva do novo Regime político.

Tiradentes entrou em cena como argamassa aos valores republicanos, pouco antes da Proclamação, em 1889, atendendo aos preceitos positivistas¹⁷. Carvalho (1990, p. 10) lembra que símbolos e mitos podem tornar-se elementos poderosos de projeção de interesses. Foi o que aconteceu com Tiradentes.

Na medida em que o alferes era transformado em símbolo, em virtude da sua morte brutal, e da divulgação dos republicanos que o apresentaram com características que o assemelhavam a Cristo, percebemos a projeção dos interesses do Estado-Nação. O mártir entrou em cena para formar uma atmosfera condescendente às pretensões republicanas. Tiradentes, a partir daquela data, fazia-se visto não somente como injustiçado pelo Regime político anterior, mas como representante da República, Governo que não deixaria os brasileiros entregues à própria sorte. O herói deveria emblematizar a promessa de um Estado forte, que atenderia a todos.

Podemos afirmar que o primeiro impacto midiático, relacionado a Tiradentes, foi sentido pela barbárie do enforcamento e do horror difundido pelo corpo

¹⁷ A influência do Positivismo no Brasil previa a criação de proposta simbólica entre os cidadãos através de comemorações públicas e culturais. De acordo com Leal (2006, p. 67), os mecanismos de sensibilização cívica que visam ao emprego de imagens e ritualizações foram os mesmos empregados pelas estratégias de ação social de Comte, voltada aos operários, e aos positivistas brasileiros “que se voltaram à cooptação de grupos mais intelectualizados”. Para Grange (2000, p. 244 *apud* LEAL, 2006), Comte esperava sintetizar duas concepções opostas de mediação social e da figuração artística que se reencontrarão e funcionarão espontaneamente: a imagem cristã, a estátua alegórica republicana, a missa e a festa. No Brasil só faltava a imagem republicana. Leal (2006, p. 74) escreve que, a partir de 1884, Tiradentes foi incorporado no que os positivistas chamam de festas sociolátricas. “Milliet, em sua tese, refere-se às festas a Tiradentes, realizadas no período monárquico, sob iniciativa do Clube Tiradentes”. Em janeiro de 1890, dois meses após a Proclamação da República, foi decretado o calendário de festas nacionais e o dia 21/04, dia e mês da morte de Tiradentes, foi escolhido para celebrar os precursores da Independência brasileira, sintetizados no herói republicano.

esquartejado e exposto em locais de grande circulação. Em 1792, de acordo com Cavalcanti (Revista da Biblioteca Nacional, 2007, p. 38), o cortejo de Tiradentes, no Rio de Janeiro, percorreu o Largo Carioca, o Largo do Rocio, a atual Praça Tiradentes e a Rua da Lampadosa, hoje Avenida Passos. Carvalho (1990: 58) afirma existirem documentos que registram o abalo causado, entre a população da Capitania e da cidade do Rio de Janeiro, pelo processo dos réus e por conta da execução de Tiradentes¹⁸.

O nome de Tiradentes era convincente por sua classe social; o enforcamento, que estabelecia ligação com a doutrina católica; por conta da apresentação da pintura do herói, que se assemelha à reconhecida imagem de Cristo a caminho do Calvário; e o grande motivo que o levou à morte; a rebeldia diante das determinações pela Coroa, em questão a derrama. O tributo extra, estabelecido pelo Governo de Portugal, destinado a todos, atuou como elemento de mediação para a expansão do nome de Tiradentes e o firmou como oposição ao contexto da época.

Porém Tiradentes não teve trajetória de herói em vida. Sabe-se que, antes de aderir ao Movimento, havia tentado, sem êxito, carreira como militar e, antes disso, havia sido minerador, tropeiro, proprietário de terras e de escravos. Em 1780, com 34 anos, arregimentou-se como soldado e, um ano depois, foi promovido a alferes. Em 1788, após sua transferência para o Rio de Janeiro, através do Exército, envolveu-se na Inconfidência contra a Coroa Portuguesa e, um ano depois, foi preso como conspirador, no Rio de Janeiro. Em 1792, Tiradentes foi enforcado em praça pública e esquartejado.

¹⁸ Lopes (1947) conta: Muita gente se retirou para o campo, ficando as ruas muito pouco frequentadas pela gente de mais destaque, e a consternação parecia que se pintava em todos os objetos. Vista a sentença, atendia a atrocidade do crime, não restava mais nenhuma esperança de remédio. Os infelizes já estavam mortos na cabeça de todos (p. 25).

A historiografia explica que o papel de Tiradentes na Inconfidência se restringia a divulgar os ideais e a transmitir recados aos inconfidentes. É provável que ele nunca tenha participado efetivamente do grupo de articulistas, com ideias para o Movimento. A escolha de seu nome para o esquartejamento, a mando do Governo português, deveu-se à sua popularidade, mais o fato de ser um dos poucos que não tinha família influente e assim, não haveria novos movimentos e nem problemas de ordem política.

A questão principal em torno de Tiradentes, como emblema republicano, está na gênese de seu estereótipo já que, como detalhamos, não havia características suficientes em sua biografia para torná-lo herói. Era preciso que um panteão projetasse confiança no novo Regime e, sobretudo, crédito interna e externamente. Tiradentes viria preencher essa lacuna, para que o Estado pudesse alcançar reconhecimento como autoridade paternal e sólida. Assim, com base simbólica, seria possível forjar a imposição de uma ordem artificial, visto que a nação precisava de crédito.

O prestígio de que o Governo precisava obter, viria primeiramente da simulação de um Estado forte e da divulgação de uma política social ampla. Nesse sentido, um herói, em questão Tiradentes, era visto como apaziguador das animosidades políticas, capaz de desempenhar papel de integrador, um mártir cívico e religioso que espelhava a República por todo o País.

1.5 TIRADENTES: INVESTIMENTO MUDIÁTICO

Em 1890, foi decretado Feriado Nacional, em homenagem à data de morte do novo herói, e espalhada a primeira imagem de Tiradentes, com barba e cabelos longos – similaridades com o retrato atribuído a Cristo - em uma declarada tentativa de garantir a atenção das pessoas, tendo a religião como pano de fundo. Trata-se da litografia, apresentada por Décio Villares, em 1890.

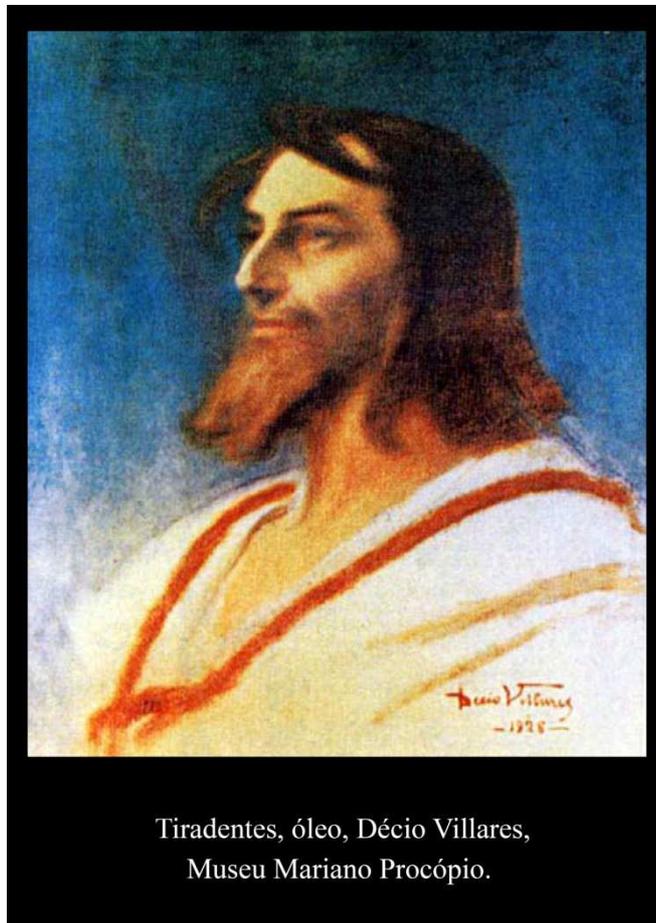


Figura 5

A obra de Villares, *Tiradentes*, pode ser interpretada, tendo em vista sua espacialidade¹⁹, que não deve passar despercebida já que a pintura não se limita a apresentar o retrato do panteão cívico, mas contribui para a difusão dos valores republicanos. Ferrara (2008) explica:

Valoriza-se aquela espacialidade como categoria de análise quando ultrapassa a simples dimensão comunicativa que atua como canal de intersubjetividade e sociabilidade e se atinge a vinculação comunicativa que transforma suportes.... em meios produtores de mediação que criam atmosfera social, responsável por comportamentos, valores, ambientes e convivência (FERRARA, 2008, p. 12).

Em *Tiradentes*, o herói republicano é apresentado no centro da tela, tal quais os retratos do Sec. XVIII. Verificamos que a leitura da tela, extraída da construtibilidade, privilegia o modo ocidental, não da esquerda para a direita em horizontal, como seria a leitura de um livro, mas do centro para a diagonal direita, com projeção para a esquerda, com percurso que conduz o olhar até o rosto de Tiradentes. A visualidade da obra, dado o cromatismo presente, corrobora com o enaltecimento da face do panteão. Villares, ao adotar o azul como fundo, cor fria, mas que remete ao céu, à salvação, enaltece as vestes do herói que, com cor clara, acentua a luminosidade e projeta para a face do herói. Torna-se evidente a comparação de Tiradentes a Jesus Cristo - não somente no modo como é exposto, mas na adoção de traços que apontam semelhança na face de ambos²⁰. A

¹⁹ A espacialidade é caracterizada por Ferrara (2008) como fenômeno de manifestação comunicativa. De acordo com a autora, a espacialidade divide-se em três categorias: construtibilidade (processos culturais), comunicabilidade (processos culturais) e visibilidade (construção sógnica). A teoria da espacialidade será abordada com mais ênfase no segundo capítulo desta pesquisa, quando analisaremos outra pintura, de Pedro Américo: *Tiradentes Esquartejado*.

²⁰ De acordo com os Autos da Devassa, Tiradentes teria cor da pele morena e traços que caracterizariam seu rosto como “anguloso”.

comunicabilidade da obra deflagra a associação de Tiradentes com a religião católica, como um salvador, emblema da ‘missão’ republicana.

O fato é que a imagem de Tiradentes passou a ser empregada pelo Estado sempre que foi necessário enaltecer o patriotismo, para avalizar alguma alteração administrativa que exigisse adesão popular. A imagem foi também reproduzida em enciclopédias e material didático, distribuído para todo o País. O investimento na figura do herói foi feito de forma que a divulgação de seu nome fosse capaz de envolver público abrangente. Os militares faziam uso da história do herói como elo entre o Estado e o povo e, para dar continuidade à sua memória, Tiradentes foi nomeado patrono da Polícia Militar, em dezembro de 1965, através de Decreto assinado por Castelo Branco. Trabalhos escolares eram solicitados, muitas vezes obrigatoriamente. Os jornais Folha da Noite, Folha da Manhã que, posteriormente, foram comprados pela Folha de São Paulo, entre 1926 a 1942, registraram notas e artigos, fomentando o patriotismo em torno de Tiradentes e também as comemorações feitas pelos quartéis, escolas e Repartições públicas.

Tiradentes foi tema no ensino municipal

As escolas da rede de ensino municipal começaram a comemorar a "Semana de Tiradentes" e os festejos do sesquicentenário da Independência desde ontem, quando cerca de 185 mil alunos matriculados no curso primário, entregaram seus trabalhos sobre o "Martir da Independência", solicitado pela diretoria do Ensino Municipal.

Além dos trabalhos, em varias escolas da Prefeitura, haverá hoje, desde às 8 horas, festejos comemorativos a significação cívica da data, com programas elaborados pelos professores de Educação Moral e Cívica.

Folha da Manhã, São Paulo, 21/04/1926

Tiradentes foi tema no ensino municipal

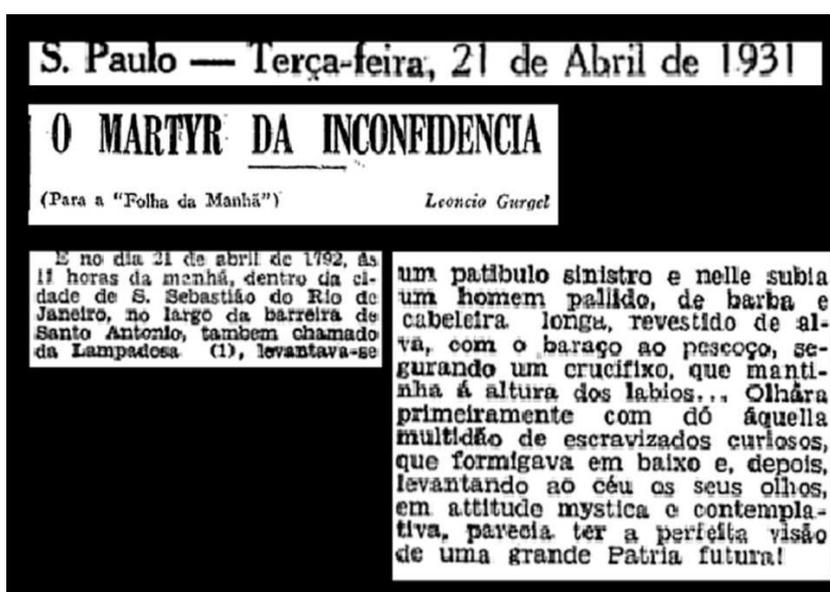
As escolas da rede de ensino municipal começaram a comemorar a "Semana de Tiradentes" e os festejos do sesquicentenário da Independência desde ontem, quando cerca de 185 mil alunos matriculados no curso primário, entregaram seus trabalhos sobre o "Martir da Independência", solicitado pela diretoria do Ensino Municipal.

Além dos trabalhos, em varias escolas da Prefeitura, haverá hoje, desde às 8 horas, festejos comemorativos a significação cívica da data, com programs elaborados pelos professores de Educação Moral e Cívica.

O jornalista Plínio Salgado e o colega republicano Leôncio Correia enaltecem o herói com textos assinados. O primeiro, publicado em 21/04/1925, no Jornal Folha da Noite, expõe o herói como patriota e traz trechos de Salomão, lidos no dia da execução de Tiradentes, que ironicamente se voltariam contra o Rei, pois “apuravam os ouvidos na sombra onde intenjava o espírito subterrâneo das aspirações nacionais”. Para Leôncio Correia:

Tiradentes é, em verdade, o typo perfeito do patriota iluminado. Humilde de estirpe e de haveres, como quase todos os astros que estellam o CEO da história universal, - se pecou, com o transbordamento de phrases ardentes, sem cautela atirada a todos os ventos foi por amor a causa que sublimou pelo seu sacrificio, e que a sua vida, ao seu coração, a sua alma se ligou como a claridade á aurora, como a lua ao dia. (FOLHA DA MANHÃ, 21/04/1926).

De 1931 a 1940, o herói é descrito, pelo historiador Leôncio Amaral Gurgel, quase que ficcionalmente, no momento da morte. Segue fragmento da matéria:



Soares Ferreira publicou texto no jornal *Folha da Manhã*, edição do dia 21/04/1935, enaltecendo a coragem de Tiradentes, que ocupava quase a totalidade da página, e só dividindo espaço com a imagem do herói. Em 21 de abril de 1936, na mesma publicação, Tiradentes foi chamado protomártir da Independência.

Em 1938, a grande imprensa nacional limitou-se a comentar as comemorações feitas ao dia dedicado a Tiradentes e, nos anos seguintes, 1939 e 1940, não foram feitas citações a Tiradentes nos dias 20, 21 e 22 de abril. Nos dois anos seguintes, a imprensa limitou-se a contar as festividades feitas em escolas, faculdades, conservatórios de música e órgãos públicos e, de 1943 a 1966, não existe qualquer menção a Tiradentes nas edições que poderiam contemplar a comemoração cívica. Sabe-se que, de 1930 a 1945, houve a Revolução brasileira e, nos anos seguintes, intensa repressão política que desarticulava a atmosfera de prosperidade, implementada nos anos anteriores pelos republicanos.

Percebe-se que é, novamente, para justificar o Regime político que Tiradentes voltou a ser exponibilizado, depois de 13 anos de ausência nos jornais, como manifestação voltada para as massas. De 1967 a 1982, Tiradentes teve assegurada sua presença nos jornais, justamente no momento de instabilidade política, de mudanças impositivas com a instauração do Golpe Militar que exigia “aceitação” das massas e, novamente, boa dose de patriotismo para levar adiante a “nova proposta” para a nação. Entre editoriais, artigos assinados e pequenas notas, Tiradentes tem sua heroicidade e imagem questionadas. Ora é engrandecido pelo seu “patriotismo”, mas como estratégia de crítica ao governo vigente; ora tem sua história de mártir didaticamente resgatada e comentada, principalmente nos suplementos infantis, tal qual construída nos primeiros anos republicanos. Essa diversidade de opiniões

demonstra a fragilidade de estrutura simbólica do País, aqui exemplificado por Tiradentes como símbolo capaz de emblematizar um regime que se rotulava forte e agasalhador. A atmosfera artificial, antes instaurada, passava a ser subvertida progressivamente.

Em 1970, a redação da Folha de São Paulo publicou uma reportagem intitulada “Tiradentes: o homem e o mito” e, como retranscreve, “A controvérsia das barbas”. O pequeno texto, que não está assinado, faz referência ao fato de um historiador mineiro ter afirmado que Tiradentes teria tido o rosto raspado ao ser conduzido ao patíbulo e que a imagem de Tiradentes, com cabelos e barbas compridos, seria falsa e, portanto, a imagem que conhecemos “teria sido forjada para criar semelhança física entre ele e Jesus Cristo – acentuando-se assim o paralelo entre o sacrifício do calvário e o drama brasileiro de 1792”. No final do texto, o jornalista registrou a intervenção do Estado que se posicionou na tentativa de manter a imagem do herói às similaridades de Cristo, que facilmente pode ser encontrada em enciclopédias e livros didáticos. Transcrevemos o final da matéria:

[...] mas o presidente Castelo Branco decidiu a questão: por decreto de 1956 determinou que a estátua de Tiradentes colocada defronte ao antigo prédio da Câmara dos deputados, no Rio de Janeiro, sirva de modelo para todas as efígies do herói. Com isso resolveu-se ao menos essa questão: Tiradentes continuará barbudo (FOLHA DE SÃO PAULO, 1970, p. 02).



Pesquisando os exemplares dos dias 21 e 22/04, existentes no banco de dados da Folha de São Paulo (que abrange as publicações Folha da Noite, Folha da Manhã e Folha de São Paulo, respectivamente), desde que a República entrou em vigência, percebe-se que a intenção de projetar o herói na mídia não foi de todo atingida, pois, para enaltecê-lo, o Estado teve que intervir com artigos e comemorações cívicas até mesmo nas escolas. De acordo com matéria publicada pelo Jornal Folha de São Paulo, de 21/04/1972 (p. 03), as escolas da Prefeitura de São Paulo, por determinação do prefeito Figueiredo Ferraz, exigiram trabalhos escritos dos alunos com alusão a Tiradentes. “[...] foram distribuídos as 237 escolas... cartazes alusivos à data e que serviram como temática para o desenvolvimento dos trabalhos escolares”.

O ex-presidente José Sarney também se valeu da imagem feita em torno de Tiradentes. O político, que fora partidário da ditadura, assumiu o Brasil após a morte de Tancredo Neves, homem público que lutou contra o Regime militar até então em

vigor, justamente no dia 21/04/1985, mesmo dia e mês em que Tiradentes foi morto. Nota-se que o herói republicano foi invocado para ajudar na sustentação da nova proposta política do Estado. A mensagem que se queria passar, era, de certa forma, ingênua: Tiradentes morreu pelo povo. Sarney seria o sucessor que levaria adiante as causas esquecidas, em nome do povo. Até o ex-presidente da República, Itamar Franco, na década de noventa, exibiu a imagem de Tiradentes, ao seu lado, nos pronunciamentos televisivos. Itamar assumiu o País após o pedido de afastamento do então presidente Fernando Collor de Melo, por conta do impeachment proposto pelo Congresso Nacional.

Desde a apresentação de Tiradentes pelos republicanos, percebe-se o estabelecimento de uma programação com vistas à difusão do nome e da imagem dele, especialmente em momentos de tensão nacional. Toda a exposição de Tiradentes, fomentada principalmente pelo Estado, deflagra a relação entre herói nacional (Tiradentes), mediação, mídia e consumo do herói, uma vez que as pessoas passavam a compartilhar e aderir à atmosfera persuasiva montada.

Entretanto, a construção da figura de Tiradentes midiaticizada, que o qualificava como mártir, também foi elaborada pelos artistas de outras formas que destituíam ações exitosas e deflagravam a fragilidade da República, na medida em que o herói e, como consequência, o Regime que ilustra, juntos, são incapazes de atender aos anseios da Nação.

Uma das imagens mais famosas, atribuída a Tiradentes, e analisada nesta pesquisa no próximo capítulo, é de autoria de Pedro Américo - "*Tiradentes supliciado*" - que ficou conhecida como "*Tiradentes Esquartejado*". Percebe-se diferença na qualificação do nome atribuído à tela. Sabe-se que supliciado vem de

supliciar que, segundo Rios (1990, p. 261), remete a castigar, punir, afligir e magoar. A palavra esquartejado, que ganhou maior adesão, remete a uma metáfora e sua visualidade: a do corpo de Tiradentes retalhado. Mas antes de apresentarmos a análise de Tiradentes Supliciado, no próximo capítulo, apresentamos considerações a respeito do herói, do mito e do imaginário coletivo.

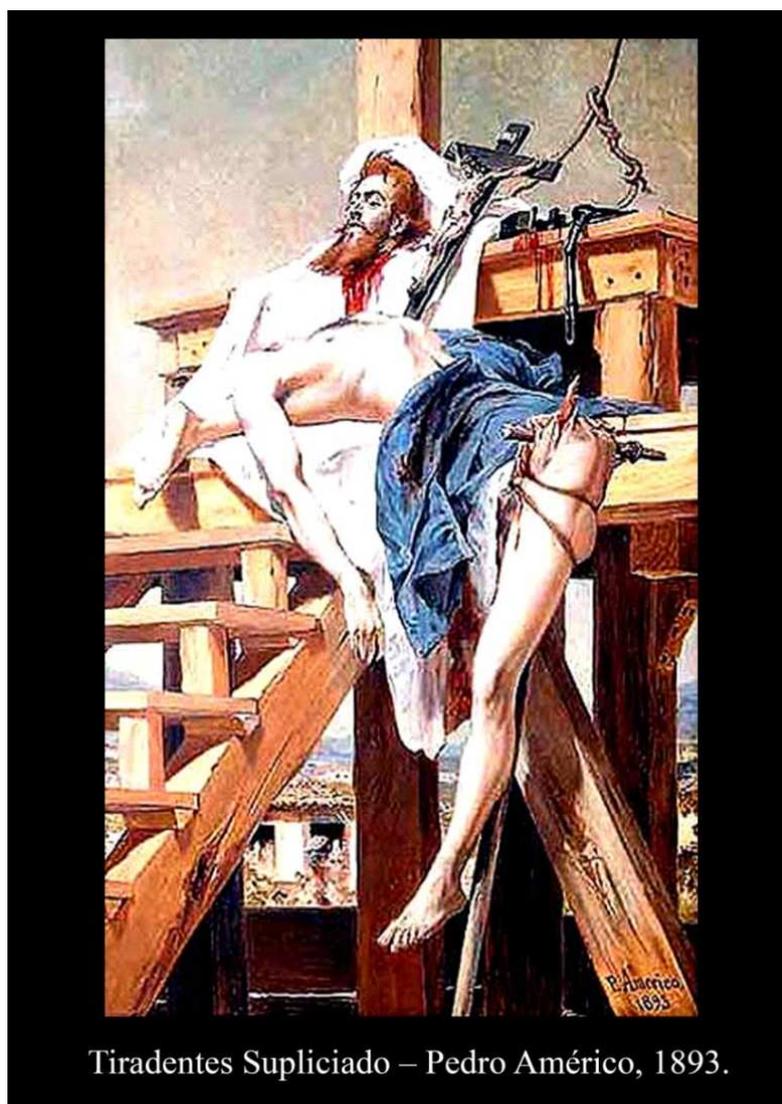
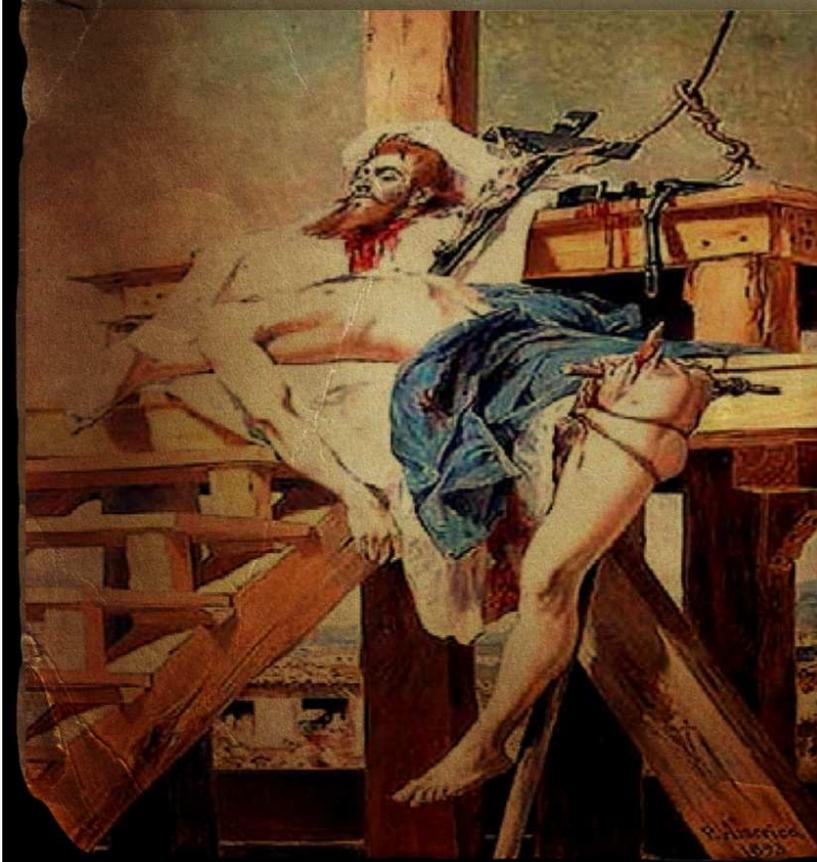


Figura 6



Capítulo 2

O Herói, o mito e sua centralidade
na consolidação da República



2 HERÓI, O MITO, E SUA CENTRALIDADE NA CONSOLIDAÇÃO DA REPÚBLICA

2.1 O HERÓI E A CONSTRUÇÃO DE UM MITO

De maneira alguma Tiradentes preenche os requisitos que o personificariam como herói, já que não apresenta trajetória exemplar, não triunfa em batalha alguma e nem realiza grandes feitos em vida, quesitos apontados pela literatura para a personificação do herói e, posteriormente, de um mito. Porém, o fato de ter sido executado em praça pública, de seu corpo ter sido pregado em uma cruz, foi suficiente, em um País de católicos, para formar uma espécie de argamassa para os republicanos.

O processo de heroicização exige transmutação (tradução livre e imaginosa) da figura real, para torná-la arquétipo de valores ou aspirações coletivas. Carvalho (2006) relembra que, em alguns regimes, os heróis se originaram de batalhas; porém, quando não existe “profundidade popular”, quando esses nomes não estão presentes entre as pessoas, faz-se necessária a utilização da estratégia simbólica.

Carvalho (1990) reitera o fato de que todo o regime busca criar seu panteão cívico e figuras que representem imagem e modelo para a comunidade. Para a eficácia desse representante do Estado, é necessário que ocorra mediação e, nesse sentido, Belting (2006, p. 2) afirma que a política das imagens reside justamente na

sua medialidade, “[...] pois a medialidade é geralmente, controlada por instituições e serve a interesses do poder político”.

Jung (2003, p. 91) diz que os arquétipos são determinados somente quanto à forma e não quanto ao conteúdo. “Uma imagem primordial só pode ser determinada quanto ao seu conteúdo no caso de tornar-se consciente e, portanto, preenchida com o material da experiência consciente”. Podemos dizer, então, que Tiradentes tomou a forma de herói e foi preenchido com ideais que convinham aos republicanos.

É certo que o herói que se torna mito concretiza o arquétipo de uma cultura. Rocha (2001, p. 43) reitera a opinião de Carvalho quando afirma, categoricamente, que a interpretação de um mito pode levar a entender determinada estrutura social. “Sentido de mito: conteúdo e manifestação do inconsciente coletivo”. Tiradentes pode ser sinteticamente traduzido como emblema de um regime político que, na tentativa de se estabelecer, recorreu à religião, à fé e à promessa de um Estado paternalista, com os elementos capazes de consolidar a identidade coletiva dos brasileiros, povo composto por imigrantes de diferentes nacionalidades, dispersos em um País imenso, agrário e atrasado.

A força simbólica de Tiradentes, transmitida ao povo e para as gerações futuras como uma herança cultural, estaria consolidada no Estado que deveria ser forte, o suficiente, para projetar o País, colocá-lo em posição de destaque. Jung (2003, p. 54) esclarece: “O inconsciente coletivo não se desenvolve individualmente, mas é herdado. Ele consiste de formas preexistentes, arquétipos, que só secundariamente podem tornar-se conscientes conferindo uma forma definida aos conteúdos da consciência”.

Campbell (2006, p. 32) atribui aos mitos quatro funções: mítica, cosmológica, sociológica e pedagógica. No caso de Tiradentes e sua “arquitetura”, verificamos a força das duas últimas funções. Sociologicamente, o herói daria suporte à República e a validaria. Pedagogicamente, daria o exemplo de “como viver uma vida humana sob qualquer circunstância”, até como morrer injustiçado.

Cassirer (1968, p. 55), na obra *El Mito Del Estado*, quando fala sobre a função do mito na vida social, afirma que o mito “brota de profundezas humanas” e acrescenta: “No puede describirse al mito como una simple emoción, porque constituye la expresión de una emoción. La expresión de un sentimiento no es el sentimiento mismo – es una emoción convertida en imagen”. Com isso, para o autor, aconteceria uma mudança radical. “Lo que hasta entonces se sentía de una manera oscura y vaga, adquiere una forma definida; lo que era un estado pasivo se convierte en un proceso activo”.

Esse processo ativo, a que se refere Cassirer, instala-se no inconsciente coletivo e é herdado e partilhado, como aferiu Jung. A permanência dessas imagens, já incorporadas, pontua a presença dos heróis e dos mitos em nosso cotidiano, que sinalizariam força, um modelo a seguir. “Los mitos proporcionan formas de comprensión de la experiencia, ponen orden en nuestras vidas” (LAKOFF; JOHNSON, 1986, p. 229). Assim como o Estado tirou proveito de toda essa generalização simbólica, transformada em base de reconhecimento, foi a mídia quem absorveu e construiu esse papel com mais ênfase.

2.1.1 Tiradentes como metáfora de Cristo

Se levarmos em conta que a imagem de Tiradentes foi metaforicamente construída com semelhanças atribuídas a Jesus Cristo, percebemos que, para Tiradentes, foram imputados elementos religiosos como uma espécie de herança mítica que deveria ser projetada junto com a heroicidade republicana, também delegada. Para decodificarmos a metáfora construída em torno de Tiradentes, é necessário levar em conta a advertência feita por Cassirer (2006, p. 102) de que “devemos partir da natureza e do significado da metáfora, se quisermos compreender, por um lado, a unidade dos mundos mítico e lingüístico e, por outra, sua diferença”. Embora não nos interesse, no momento, invocar aspectos lingüísticos, é vital estabelecer um percurso que demonstre a mitificação em torno de Tiradentes.

O investimento simbólico em torno da passagem da morte de Tiradentes era a única alternativa dos republicanos para projetarem seu herói, dada sua biografia. Tal como Cristo, Tiradentes foi crucificado em local público e ambos teriam sido injustiçados: o primeiro, para salvar a humanidade; e o outro, enforcado e esquartejado em prol dos brasileiros, diante do Governo português. Campbell (2006, p. 135) atribui ao herói um objetivo moral “de salvar um povo, ou uma pessoa ou defender uma ideia”.

Os republicanos auferiram proveito da divulgação promovida pelo Governo português que investia na violência para impor ordem e manter-se soberano. Houve o resgate de Tiradentes, como emblema de um Governo contrário à tragédia ocorrida.

A partir daí, a República passou a fazer investimentos discursivos e figurativos na elaboração de um retrato que deveria projetar semelhanças divinas, que remetesse ao mito de Jesus Cristo, naturalmente, e que externasse a imagem de um Governo agasalhador, preocupado com o povo, opositor a tudo o que tinha ocorrido. O mártir entrou em cena para formar uma atmosfera condescendente às pretensões republicanas.

Campbell (2006) afirma que o mito é uma máscara de Deus, também uma metáfora daquilo que repousa por trás do mundo visível (p. XII), o autor vê a metáfora “como uma imagem que sugere outra coisa” (p. 59). Cassirer (2006, p. 102) escreve que a metáfora pode ser entendida/procurada de diversas formas: nas construções de linguagem, na fantasia mítica, na palavra que geraria metáfora mítica, dado seu caráter metafórico, “ou ao contrário considera-se o caráter metafórico das palavras tão somente um produto indireto, um patrimônio que a linguagem recebeu do mito e que ela tem como feudo dele”. Mas Cassirer reflete sobre a imagem que viria associada com o mito:

Mito, linguagem e arte formam inicialmente uma unidade concreta ainda indivisa, que só pouco a pouco se desdobra em uma tríade de modos independentes de plasmação espiritual. Em consequência, a mesma animação e hipóstase mítica, experimentada pela palavra é também partilhada pela imagem e por toda forma de representação artística. Na perspectiva mágica do mundo, em particular, o encantamento verbal é sempre acompanhado pelo encantamento imagético (2006, p. 114-115).

Se analisarmos Tiradentes, na perspectiva da imagem difundida, como na pintura de Décio, *Villares Tiradentes III* (1890), verificamos que ao nosso panteão cívico foi delegada uma metáfora religiosa, elaborada e utilizada como o principal

“produto”, no sentido mediativo, das três primeiras décadas do Regime republicano. Valendo-nos de Cassirer, afirmamos que a imagem do herói carregava patrimônio mítico, o “feudo” e deste patrimônio os positivistas se valiam para mostrar a “grandeza” dos republicanos, tal qual a imagem dos mitos, entendidas por Campbell como “reflexos das potencialidades espirituais de cada um de nós. Ao contemplá-las evocamos seus poderes em nossas próprias vidas” (CAMPBELL, 2006, p. 217).

2.2 TIRADENTES E O IMAGINÁRIO COLETIVO

Sabemos que a legitimação de qualquer regime político pressupõe a elaboração de um imaginário e que sua manipulação é particularmente importante para a caracterização de mudanças sociais. Castoriadis (1985) diz que a sociedade não teria tido condições de sobreviver se o imaginário não houvesse entrecruzado com o simbólico. No decorrer deste tópico, veremos que o emprego do imaginário ultrapassou a tarefa política proposta pelos republicanos, em questão o investimento implementado na figura de Tiradentes.

De fato, o novo Governo se valeu do imaginário como forma de enfrentar dois grandes problemas: o primeiro era dar unidade à Nação; e o outro, impossível de ser solucionado, o abandono social²¹. Além disso, havia a necessidade de mostrar-se

²¹ O Brasil foi um dos últimos países a libertar os negros do trabalho escravo, mesmo sendo pressionado pela Inglaterra que, com a medida, ampliava mercado para seus produtos. A abolição dos escravos ocorreu em 1888, um ano antes da Proclamação da República. Não havia qualquer política pública no sentido de dar algum encaminhamento, em termos de qualificação profissional para inserção da mão de obra nas cidades. Desde a vinda dos imigrantes, os negros foram entregues à própria sorte.

contrário ao Governo precedente que se valia da intimidação como forma manipulatória, para se manter como autoridade máxima. Tiradentes emblematicamente um Governo condescendente com o povo, agasalhador, capaz de impor ordem e progresso, o dístico da Bandeira nacional. Assim, o novo Regime político, exibindo o herói tal qual um espelho convexo, também lutaria pelo País.

Silva (2003, p. 13) escreve que o imaginário social estrutura-se por contágio que passa pela aceitação do modelo, disseminação e imitação. Pontua que, no imaginário, há um desvio e é justamente nesse desvio que há potencialidade de canonização. Os republicanos investiam na canonização de seu herói. Tiradentes, ao ser canonizado por conta de sua “provação” manipulada, figura como síntese da carreira de todos os heróis que povoaram ou povoarão a mídia nacional: o exame dessa hipótese está no cerne desta pesquisa.

Armados de uma “verdade parcial”, os positivistas se valeram de elementos simbólicos para concepção e divulgação de uma espécie de “espectro”, envolvendo seus símbolos entrelaçados com o imaginário universal. À memória social de Tiradentes que o condicionava a mártir – pelo horror da morte e a derrama, causa que defendeu – foram imputados elementos simbólicos contidos no imaginário universal que remetia à religião católica, à morte e à redenção.

Em outras etapas a relação simbólica (cujo uso correto supõe a função imaginária e seu domínio pela função racional) retorna, ou melhor, permanece desde o início lá onde surgiu: no vínculo rígido (a maior parte do tempo, sob a forma de identificação, de participação ou de causação) entre o significante e o significado, o símbolo e a coisa, seja do imaginário efetivo (CASTORIADIS, 1985, p. 155).

Castoriadis (1982, p. 147) lembra que: “todo o simbolismo se edifica sobre as ruínas dos edifícios simbólicos precedentes”. Naturalmente, o edifício simbólico a que o autor se refere, reporta ao imaginário que, por sua vez, pode ser entendido como uma invenção (total ou parcial), como alavanca de desvio do raciocínio – pelo qual os símbolos são investidos de outras significações, também como fronteira do real, no lugar da mentira ou em uma projeção. Castoriadis (1982, p. 154) diz existirem relações profundas entre o imaginário e o simbólico, uma vez que: “o imaginário deve utilizar o simbólico não somente para exprimir-se, o que é óbvio, mas para “existir” para passar do virtual a qualquer coisa a mais”.

Embora houvesse racionalismo e clara intencionalidade na escolha dos elementos que constituiriam o herói republicano, na inserção do simbólico a serviço do Regime político como efetiva transferência da mensagem/contexto desejado, a realidade, segundo Castoriadis (1982, p. 142-143) seria capaz de destruir as pretensões interpretativas do funcionalismo. Ou seja, por mais direcionada ou fechada que fosse a mediação oficial, a realidade e o imaginário não permitiriam uma interpretação unificada.

A visão moderna da instituição que reduz sua significação ao funcional, só é parcialmente correta. Na medida em que se apresenta como a verdade sobre o problema da instituição, é só projeção. Ela projeta sobre o conjunto da história uma ideia tomada de empréstimo... aquilo que esse mundo gostaria que suas instituições fossem. Visões ainda mais recentes, que só querem ver na instituição o simbólico (e o identificam com o racional) representam também somente uma verdade parcial e sua generalização contem igualmente uma projeção (CASTORIADIS, 1982, p. 159).

Ferrara (1994, p.46) diz que o imaginário corresponde à prática social de atribuir significados a significados “[...] pela qual os significados passam a acumular

imagens e significar ainda mais”. Para a autora, a condição de sobrevivência do imaginário está justamente em sua expansão coletiva e é vital para a legitimação ou definição de identidades sociais, culturais ou políticas. Em consequência o imaginário é uma característica da organização social: sua identidade ou sua máscara. Verdade ou mentira, real ou manipulada, o imaginário diz menos sobre si próprio do que sobre a sociedade que o constrói.

Nesse sentido, emergente de um caldeirão de interesses, Tiradentes, com sua biografia reconstruída, exponencialmente, com base em sua morte e em elementos que apontam para o imaginário “espírito de grupo” pode ser lido de forma oposta (MAFESOLI, 2001). A mediação oficial não se sustentou por conta do imaginário e da contra-mediação sempre emergente que, mesmo sem muita exponibilidade, deixa a República na mesma condição em que Tiradentes é apresentado por Pedro Américo em “*Tiradentes Supliciado*”, obra que comunica a fragilidade do Movimento republicano que analisaremos a seguir.

2.3 TIRADENTES ESQUARTEJADO: ESPACIALIDADE E COMUNICABILIDADE NA OBRA DE PEDRO AMÉRICO

A tela “*Tiradentes Supliciado*”, que ficou conhecida como “Tiradentes Esquartejado” é importante contramediação endereçada ao Estado e pode ser interpretada tendo em vista sua espacialidade semiótica, caracterizada como fenômeno de mediação entre manifestações comunicativas. A espacialidade abriga “a comunicação e a cultura nas suas dimensões históricas sociais e cognitivas”, trazendo

de forma clara a síntese de uma época, datada pelo Movimento dos Inconfidentes, pela barbárie cometida por parte do Governo colonial. A semiótica, que nos possibilita discriminar os processos de representação através dos signos, auxilia-nos a ver os elementos que compõem a visualidade, uma das categorias da espacialidade.

Para Ferrara (2008, p.12), a espacialidade²² pode ser entendida como categoria de análise, uma vez que “ultrapassa a simples relação comunicativa que atua como canal de intersubjetividade e sociabilidade e se atinja a vinculação comunicativa que transforma suportes em meios de mediação.” A autora explica:

A espacialidade cria uma teoria do espaço enquanto representação, e em consequência, como comunicação e supõe o resgate das manifestações presentes nas suas constituições históricas. Portanto, esse resgate supõe enfrentar não apenas as construções da espacialidades, mas sobretudo as características dos processos de representação e o modo como, na história se comunicam (FERRARA, 2008, p. 47).

Ainda de acordo com a autora, a espacialidade é composta por três categorias: construtibilidade, visualidade e comunicabilidade. A primeira estabelece dimensão representativa e se define como polo cultural, pois desenvolve a transmissão das suas dimensões construtivas que passam a assinalar consequências sociais, mentais e simbólicas” (FERRARA, 2008, p. 12). As outras duas categorias, (visualidade e comunicabilidade) correspondem à construção sígnica e aos processos culturais, respectivamente.

²² Ferrara, em *Comunicação Espaço Cultura* (2008), esclarece que o estudo das espacialidades exige “uma revisão e refração constante, pois se transformam e alteram suas características ante cada desenho semiótico de espacialidades. A autora enfatiza que, para cada pesquisa, a estratégia metodológica deve ser planejada. Para análise de “*Tiradentes Esquartejado*” apresentaremos de modo breve as categorias da espacialidade para, um segundo momento, aprofundar investigação com auxílio da semiótica greimasiana.

Na tela em foco, percebe-se que a construtibilidade fomenta crítica ao simbolismo arquitetado pelo Regime republicano até então. A obra exhibe o corpo de Tiradentes, estraçalhado, em primeiro plano. Existe a tentativa de conduzir o leitor/espectador da tela ao passado (para 1792) ano da execução de Tiradentes, ao momento histórico em que é resgatado pelos republicanos. Essa volta temporal é significativa e fomenta a contramediação uma vez que apresenta elementos que invocam o imaginário universal - vínculos relacionados a religiosidade, temores e sonhos – que, somados, rompem a atmosfera persuasiva fomentada pelo Estado que apostava na imagem do herói como salvador, extensão do Regime político.

A semiótica greimasiana privilegia o percurso gerativo como processo de sentidos passíveis de serem encontrados nos textos. A enunciação é atualizada através das ações de um enunciador e um enunciatário que desenvolvem distintas estratégias enunciativas que compreendem os mecanismos de embreagem e debreagem²³. Na enunciação²⁴, presente na pintura *Tiradentes Esquartejado*, verificamos a presença do mecanismo de debreagem em suas duas instâncias: enunciva e enunciativa.

A objetividade, imersa na categoria da visualidade da tela, é possibilitada por conta dos actantes da enunciação, apresentados em um tempo e espaço delimitados - na enunciação enunciva. Como lembra Fiorin (2005, p. 53), aquele em que o não eu, o não aqui e o não agora são enunciados como eu, aqui, agora, “produz-se como que

²³ Conforme Fiorin, que retoma os ensinamentos de Greimas, a debreagem se constitui na [...] instância de enunciação disjunge de si e projeta para fora de si, no momento da discursivização, certos termos ligados a sua estrutura de base, com vistas a constituição dos elementos fundadores do enunciado, isto é, pessoa, espaço e tempo (GREIMAS; COURTÈS, 1979, p. 79 *apud* FIORIN, 2005, p. 43). No mecanismo denominado embreagem, ocorre a suspensão das oposições de pessoa, de tempo ou de espaço.

²⁴ De acordo com Barros (2002, p. 86), enunciação é a instância de mediação entre as estruturas narrativas e discursivas que, pressuposta ao discurso, pode ser reconstruída a partir das pistas que nele espalha; é também mediadora entre o discurso e o contexto histórico e, nesse caso, deixa-se apreender graças às relações intertextuais.

a vista real, por meio de uma transcrição literal e impessoal. Domina o quadro um efeito de realidade”. Com isso, em *Tiradentes Esquartejado*, o enunciatário é colocado diante da morte de Tiradentes, como se dela participasse.

Da enunciação enunciativa, verificam-se os elementos subjetivos da tela, expressos pelo forte apelo emocional da imagem em todos os seus detalhes, apreendidos no plano da expressão e, notadamente, no cromatismo e na luz, reforçados para gerar a visibilidade ou um juízo da tela. Vale lembrar que o enunciador escolhe arbitrariamente os mais variados elementos informativos e formativos e os dispõe topologicamente não só com o objetivo de promover sentido ao discurso proferido, mas o de conduzir o enunciatário pela cena apresentada e persuadi-lo quanto ao que está (ou não) sendo exposto. Assim, Pedro Américo, entendido como enunciador virtual do texto, privilegia exatamente o mesmo fato de que os republicanos se valeram para resgatar Tiradentes: sua morte - presente na memória social. Porém, o enunciador rompe com o vínculo promovido pelos republicanos ao colocar seu herói aos pedaços no patíbulo (tendo a força também presente) ao lado de Cristo crucificado. Com isso, começam a se desenvolver as diferenças histórico-contextuais e promover a comparação entre o herói republicano e Tiradentes, esquartejado e destituído do seu poder simbólico, e sugeridos ou aferidos por possíveis percursos de leitura.

Na visualidade da obra, fica evidente o rememorar da história por conta da objetividade da cena exposta. Trata-se do esquartejamento do herói, com temporalidade e lugarização determinadas: apresentação do evento histórico, ocorrido em 1792, na cidade do Rio de Janeiro, tendo o cenário composto pelo patíbulo e cadafalso. A construção da espacialidade tem clara dominância

ascendente: porém, privilegia a imagem de um corpo, descentrado e irreconhecível, que ocupa mais de 2/3 da tela, enfatizando o horror e a violência por toda a cena. Tiradentes não é mais o herói da República, mas emblematiza o Colonialismo e sua ação sobre o povo. O descentramento anterior é traduzido retoricamente, e Tiradentes passa a representar, metonímicamente, todo o povo brasileiro. Aliam-se a expressão e o conteúdo, a espacialidade e a visualidade, para produzir um sentido comunicativo que exerce ampla função mediativa, de forte base ideológica e persuasiva.

Se, na mediação oficial, Tiradentes é exposto como metáfora de Cristo, e emblema republicano, na contramediação temos Tiradentes humano, aos pedaços, destituído de qualquer heroicidade. Quando se analisa a comunicabilidade de *Tiradentes Esquartejado*, percebe-se a instauração de um processo de comparação que fomenta a força contra-mediativa da tela e desvela-se a antiheroicidade de Tiradentes, colocando à mostra a contradição entre um herói virtuoso, há quase uma década exponibilizado, e o mesmo aos pedaços, símbolo do Colonialismo, emblema da barbárie. A falta de heroicidade revela a fragilidade republicana.

Se dividirmos a tela em três planos horizontais, percebemos que, no plano superior da tela, o enunciador, embora faça uso dos mesmos traços empregados por Villares, para exponibilizar o panteão cívico e aproximá-lo de Cristo, elucida diferenças quanto à morte de ambos: em Américo, Cristo é mostrado crucificado, porém como um apêndice da tela, em pequeno crucifixo, tal qual encontrado em capelas e em muitas casas, enquanto Tiradentes é exposto enforcado e esquartejado²⁵. Ao invocar a memória social, tem-se o “efeito de realidade”, ao apresentar o corpo de Tiradentes aos pedaços, como um recurso figurativo para garantir a atenção do

²⁵ A biografia de Tiradentes não se assemelha a atribuída à Jesus Cristo. De acordo com a historiografia, Tiradentes teria recebido a visita de sacerdotes que o ajudariam a cumprir a sentença tal qual um santo.

enunciatório/ leitor da imagem. Em um segundo plano, que caracteriza o centro do texto, temos privilegiado o esquiteamento e o horror transmitido pela perna estraçalhada, a dramaticidade das cores e a presença da cruz que estraçalha a perna – além da disposição do corpo no patíbulo. O plano inferior revela a presença de algumas pessoas que, ao longe, assistem à cena, paralisadas.

Outra possibilidade de entendimento da obra é o enunciatório partir da centralidade da tela. O centro da tela, momentaneamente, apreende o olhar do enunciatório por conta da subjetividade da imagem, do cromatismo e do corpo esquiteado. Porém, a força imagética não se concentra no centro da tela - que teria, como afirma Aumont (2004) função econômica. Justamente do centro é promovido um descentramento de forças, que leva o enunciatório a olhar para a cabeça de Tiradentes, ao lado de Cristo, em projeção ao céu. No plano inferior, abaixo do cadafalso é retratado o contexto social da época, com casas e pessoas olhando, distantes, possivelmente aterrorizadas.

É fácil perceber que a perspectiva da tela – entendida, de acordo com Floch (1987, p.55), como “procedimento sintático de iconização ao espacializar e actorializar, ao mesmo tempo, aquele que olha esse tipo de espaço” – privilegia, aparentemente, o plano central. O enunciador, ao empregar primeiramente a perspectiva central orienta o caminho a ser percorrido pelo enunciatório, através do emprego de linhas de força que partem do corpo de Tiradentes ali retratado, para o posterior descentramento da imagem, que desmonta a ortogonalidade: a mão pendida, a perna estraçalhada, que levam o olhar para outras partes do corpo. Com isso, o olhar se eleva, na trajetória de partes até a cabeça: sai da terra, do esquiteamento, e paira sobre ele nos ares. Há, assim, a promoção do

descentramento da imagem. O enunciatário é persuadido a caminhar pelo esquartejamento, também como supliciado, até a cabeça onde encontra Tiradentes e Cristo na cruz. Nessa perspectiva, a presença de Cristo na cruz, ao lado da cabeça de Tiradentes, gera ambiguidade com a leitura precedente, quando dividimos a imagem em três planos. O crucifixo passa a ser visto não como um aplique na tela, ou um acréscimo sem relevância uma vez que deixa clara ao enunciatário a possibilidade de comparação entre Tiradentes, representante republicano, aos pedaços, com Cristo - tido por todos como salvador. Este último ponto é decisivo para persuasão do enunciatário quanto à crítica apresentada.

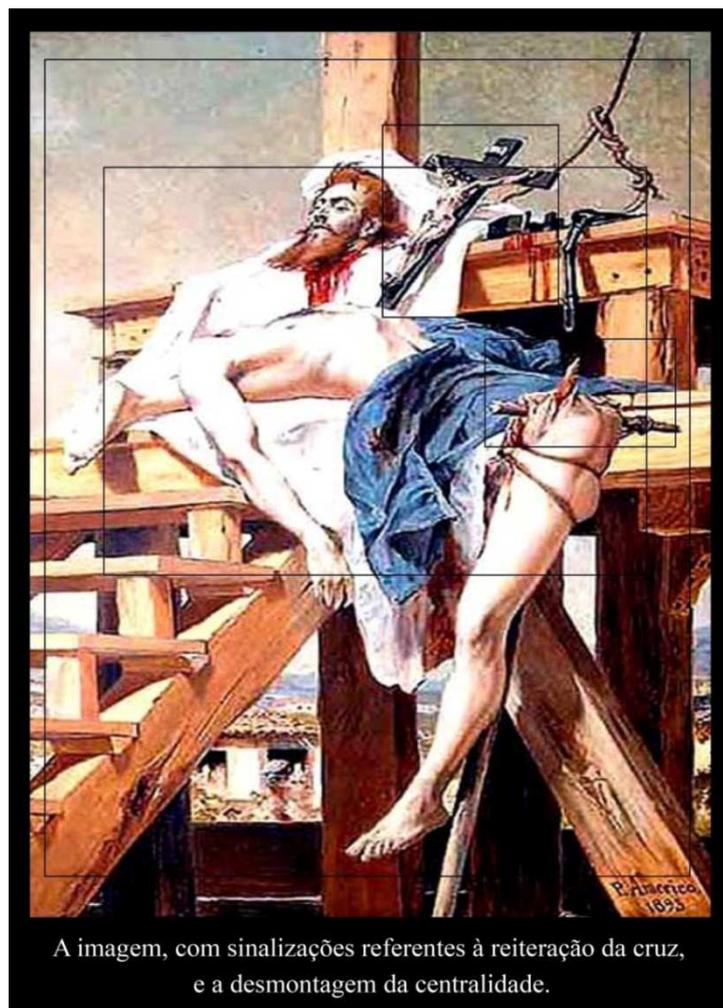


Figura 7

De toda a forma, o enunciatário é conduzido a percorrer o restante da topologia da tela através dos elementos figurativos, contidos no plano da expressão e da isotopia figurativa, correlacionada ao tema morte/esquartejamento. Barros (2002, p. 82) lembra que: “[...] é sobretudo nas estruturas discursivas que a enunciação mais se revela, nas projeções da sintaxe do discurso, nos procedimentos de argumentação e na escolha dos temas e figuras, sustentadas por formações ideológicas”.

Em *Tiradentes Supliciado*, o enunciatário é persuadido, sobretudo, pela simulação do esquartejamento, evento que efetivamente aconteceu. Ao se apresentar Tiradentes esquartejado, abre-se a possibilidade para que o enunciatário, que realiza interpretação da enunciação pictórica, estabeleça interação com a cena apresentada e

perceba que esse “rememorar histórico” não é gratuito. Trata-se de uma construção em torno do herói republicano e da própria República que não era forte, agasalhadora e nem motriz para o progresso como preconizava ser.

Se levarmos em conta o contexto sócio-histórico, em que a tela é apresentada, vamos perceber que o nome de Tiradentes estava relativamente difundido como herói ou salvador, tal qual o Regime político que emblematicava. O fato de exibi-lo esquartejado colocava em questão a própria biografia do herói, da história nacional e, conseqüentemente, da atuação dos republicanos que, passados quatro anos da Proclamação, deixavam o País e os brasileiros tão à deriva quanto anteriormente. Talvez esse seja o maior motivo do “esquecimento” da obra, e não o horror que transmitia.

Retomando a espacialidade de *Tiradentes Supliciado*, perceberemos que, na construtibilidade, há um ordenamento em função do espaço enunciativo que deixa evidente o investimento figurativo que dá concretude ao esquartejamento de Tiradentes. A imagem, portanto, é projetada e construída pelo enunciador, e a simulação estaria instalada no discurso. Justamente ao contrário da Tiradentes, apresentada pelos republicanos, e ilustrada na pintura de Villares – que simulava um herói inteiro, convicto como se estivesse pronto para conduzir a Nação a um caminho seguro.

A República, portanto, ao “fingir” e ao disseminar ter seu panteão, simularia o herói Tiradentes. Baudrillard (1991, p. 9) elucida as diferenças: “[...] fingir ou dissimular deixam intacto o princípio da realidade: a diferença continua a ser clara, apenas disfarçada, enquanto que a simulação põe em causa a diferença do ‘verdadeiro’ e do ‘falso’, do ‘real’ e do ‘imaginário’”. A comunicabilidade da tela de

Pedro Américo apresenta a simulação feita em torno de Tiradentes.

A espacialidade da obra figurativiza a imagem de Tiradentes que se vale da trágica história de sua morte, relativamente conhecida por conta da barbárie, com a religião presente no imaginário das pessoas. Nesse sentido, a visualidade privilegia a construção sígnica voltada ao corpo de Tiradentes, esquartejado, no centro da imagem. Aumont (2004, p. 148) lembra que o centramento da imagem “tem função econômica, simbólica, retórica... aciona as convenções sociais que regulam a produção e o consumo das imagens”.

“Tiradentes Supliciado” apresenta uma composição estruturada pela perspectiva de um “crer”, gerado pela identificação entre as figuras simbólicas inseridas. O olhar do enunciatário é envolvido, também, pela comunicabilidade da obra e é conduzido, por conta do emprego dos elementos figurativos, até o corpo de Tiradentes esquartejado. O enunciatário, aderindo aos significados, não se depara com a convalidação dos valores republicanos. Ao contrário. O herói, ao ser mostrado com o corpo esfacelado, automaticamente critica o Regime republicano e atua contra aquela atmosfera persuasiva fomentada pelo Estado. Tiradentes, da forma como o enunciador o expõe, apresenta também a ausência de elementos contidos no discurso republicano que deixa seu panteão sozinho, exposto aos pedaços no cadafalso, tal qual o povo que representa, e remete à brutalidade do Regime colonial e a um cenário já conhecido.

Pontuamos há pouco que a comunicabilidade simbólica é também construída pelos elementos figurativos. Nesse sentido, a cruz é reiterada de várias formas com a imagem de Cristo. O cadafalso é utilizado, também, como uma grande cruz, uma vez que a cabeça de Tiradentes é intencionalmente centralizada na madeira que serve de

sustentação para a força. Vemos que o símbolo serve como conector isotópico, auxiliando na leitura do texto pictórico, e é empregado de forma exaustiva para promover ilusão referencial, entendida por Barros (2002, p. 59) como “ilusões discursivas de que os fatos contados são coisas ocorridas, de que seus seres são de carne e osso, enfim cópia do real”. Tiradentes, enforcado e esquartejado, está ali demonstrado em uma cruz de mesmo peso/fardo que a de Cristo. É nessa comparação que se acentuam a contramediação e crítica ao Estado.

Tiradentes Supliciado apresenta o herói completamente arrasado, tolhido de realizar qualquer *performance*. A tela em questão não deixa margem para qualquer ação por parte do protagonista da República. Nem mesmo quando comparado a Cristo, não há margem para um milagre. A comunicabilidade da tela demonstra a fragilidade do heroísmo de Tiradentes, seu fracasso e, por extensão, o do novo Regime, que nasce vulnerável e tenta esconder-se em um herói forjado e fraco, no sentido mediativo.

2.3.1 Tiradentes Esquartejado – imagem e narrativa

Pedro Américo apresenta sua versão de Tiradentes, em 1893, com a tela “Tiradentes Supliciado”, que ficou mais conhecida como “Tiradentes Esquartejado”. A obra, que faz parte de uma série em que o autor tematiza o Movimento dos Inconfidentes, foi refutada pela crítica da época, chocada com a brutalidade das imagens, segundo registros históricos. Após ter sido exposta no Rio de Janeiro, a capital do País, foi exibida em Juiz de Fora e não saiu mais de lá. Foi comprada pelo colecionador Alfredo Ferreira Lage, criador do Museu Mariano Procópio, local onde

a tela permanece em exposição.

Por mais de cinquenta anos, a tela de Pedro Américo permaneceu desconhecida do grande público. Só ganhou expressão nacional quando a imagem foi incluída na Enciclopédia *Grandes Personagens da História*, em 1969, publicação lançada pela Editora Abril. Mais tarde, passou a ser objeto de estudos, e a imagem do herói foi incorporada às pesquisas de historiadores como José Murilo de Carvalho (1990) e Maraliz de Castro Vieira Christo (2005).

Para Christo *apud* Kassab (2006, p. 6), Pedro Américo ignorou parâmetros consolidados da história da arte e da pintura histórica, “[...] o quadro é um caso único na história da arte brasileira e ocidental por privilegiar a visão do esquadramento”. De fato, o artista inovou por trazer à tona a horribilidade do esquadramento e também por investir contra a sacralização do herói, à medida que coloca no mesmo plano, centralizados, Cristo e Tiradentes, este aos pedaços, e, ao mesmo tempo, corrompem-se a tradição religiosa e o mito recém-implantado. Todo o simbolismo, progressivamente apresentado havia uma década, difundido na litografia de Villares, estava sendo colocado em xeque.

Tiradentes esquadrado causou rejeição da crítica não só por ter sido automaticamente comparado com a pintura de Villares. Ao contrário da heroicidade reproduzida na litografia, a tela de Américo, como já salientamos, deflagra a fragilidade de Tiradentes ao lado de Cristo, levanta questionamento quanto ao símbolo nacional, o herói Tiradentes, e até mesmo quanto à fé, uma vez que: “o esquadramento impede a ressurreição dos ideais do personagem, nos fixa na morte” (CHRISTO *apud* KASSAB, 2006, p. 6).

A imagem de Tiradentes, concebida por Villares, estabelecia reconhecimento

e rememoração de forma direta, sem arranhar os ideais republicanos. O reconhecimento era imediato com a religião e a memória. A rememoração estaria ligada ao esquema simples, estabelecido entre o herói e a religião, exatamente na transposição dos traços de Cristo em Tiradentes. Conforme explica Aumont (2004, p. 84), a rememoração pela imagem é o que se pode chamar de esquema. Enquanto instrumento de rememoração, o esquema deve ser mais simples, mais legível que aquilo que se esquematiza. Caso contrário de nada serve. Tem, pois, obrigatoriamente um aspecto cognitivo, até mesmo didático.

Para Gombrich (1959), a percepção visual é um processo que implica um sistema de perspectivas, composto pelo conhecimento prévio do espectador. Aumont (2004) segue na mesma esteira, ao afirmar que a imagem só existe para ser vista por um espectador historicamente definido. Nesse sentido, a imagem pode ser concebida como analogia, numa relação entre a imagem e a realidade que ela estaria representando. Na pintura de Américo, a união entre os elementos apresentados (religião e Tiradentes) presentes no imaginário coletivo, possibilitou outra leitura, dessa vez crítica, que atingia o espectador por destituir a heroicidade de Tiradentes e dessacralizar a imagem da própria República, que vinha sendo vigorada através do herói havia uma década.

Belting (2006, p. 2) afirma: “Não há imagem visível que nos alcance de forma não mediada. Sua visibilidade repousa em sua capacidade particular de mediação, a qual controla a sua percepção e cria a atenção do observador”. A tela “Tiradentes Esquartejado” atuou como mediação para exposição de três aspectos envolvendo a história do País: o fracasso do Movimento Inconfidente, a violência brutal de Portugal e, automaticamente, a fragilidade da República, já que Tiradentes

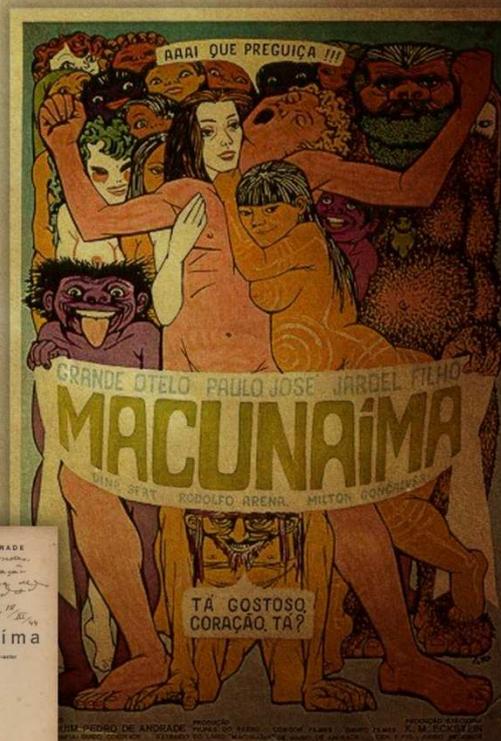
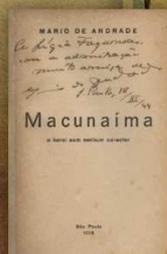
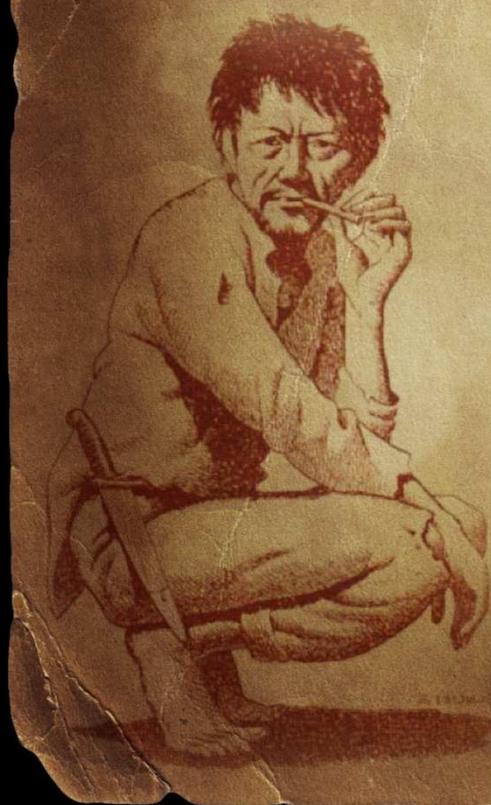
é pintado sem nenhum heroísmo. Na verdade, Tiradentes é apresentado como o primeiro herói às avessas dado que atinge os ideais republicanos e se contrapõe à mediação que o novo Regime vinha estabelecendo, à medida que o panteão cívico era utilizado como dispositivo de viabilização e legitimação da nova forma de gestão do Estado (BARBERO, 2003).

Aumont (2004, p. 120) lembra que “toda a imagem encontra o imaginário, provocando redes identificadoras e acionando a identificação do espectador consigo mesmo como espectador que olha”. Em um País eminentemente católico, imenso, povoado por várias raças, entregue à própria sorte, a religião era elemento unificador. O Estado, com seu panteão, articulado com a memória religiosa, queria mostrar-se forte, presente e capaz de dar um rumo ao País. Na verdade, o Estado estava tentando comunicar-se e consolidar-se através da mediação institucional. Signates (2000, p. 45) enfatiza que as instituições utilizam diversos recursos para implementar sua mediação, “[...] como o poder, as regras, os procedimentos de negociação, as condições materiais e espaciais, a autoridade moral e acadêmica e, principalmente, a construção de identidades e o desenvolvimento de classificações que outorguem sentido ao mundo”.

“Tiradentes Esquartejado” não estabeleceu a mediação institucional que o Estado esperava, mesmo tendo sua imagem expandida com a publicação de textos nos jornais, nas manifestações cívicas e artísticas, em edificações e no planejamento urbano de várias cidades do País. A tradução crítica de Pedro Américo desbanca toda a construção republicana, a começar por seu herói, Tiradentes, passando pelo Movimento Inconfidente e chegando à República, outro movimento sem concretizações que alterassem o panorama social.



Capítulo 3:
Do herói regional ao herói urbano



3 DO HERÓI REGIONAL AO HERÓI URBANO

3.1 “NADA PAGA A PENA”

Enquanto Tiradentes era apresentado como herói, na sua iniquidade humana, poderoso vínculo para o resgate da memória social e adesão popular, o outro lado da Nação estava em germe. Era a vez do brasileiro, que vivia à margem dos grandes centros, ganhar expressão, primeiro sob o olhar de artistas e escritores que, através de suportes mediáticos, reverberaram um País desigual, despolitizado, ainda no aguardo do tão almejado progresso, sem chegar a ganhar atenção dos governistas. Pulsavam contradições que passaram a ser exploradas, trazendo à tona questões até então não discutidas, politicamente, que colocavam em primeiro plano o brasileiro, seus dilemas e mazelas.

Como outros escritores de sua época, Monteiro Lobato²⁶, mesmo preso aos modelos acadêmicos, tentou fugir do passadismo ao criar o personagem Jeca Tatu que surge em um cenário literário, composto por elementos realistas e naturalistas, que correspondem ao hibridismo cultural que caracteriza a convivência de várias correntes culturais e etnias que apresentam enunciações diversas. Soma-se ao contexto social, sobretudo no cenário urbano, a inquietação suscitada pela Primeira Grande Guerra. Lobato construiu Jeca Tatu a partir das disparidades sociais e do

²⁶ A obra de Lobato está inserida no Pré-Modernismo que, sob o ponto de vista da problemática externa, reflete situações históricas novas ou só então consideradas: a imigração alemã no Espírito Santo (Canaã, de Graça Aranha); as alterações na paisagem e na vida social da Capital (os romances de Lima Barreto); a miséria do caboclo nas zonas de decadência econômica (os textos de Lobato) e a análise do sertanejo nordestino fixada na obra-prima de Euclides da Cunha (Os Sertões).

confronto entre o campo e a cidade, que resultou em um personagem dotado de características que divergiam completamente das imputadas a Tiradentes.

Jeca Tatu pode ser interpretado, claramente, como uma espécie de anti-herói, se o compararmos com Peri ou com Tiradentes, produtos claros de uma mediação apoiada na necessidade de o Estado impor-se, simbolicamente, como valor nacional através da criação de heróis que não deixavam dúvidas sobre a grandeza de suas origens e virtudes: heróis sem máculas.

A negação dos valores republicanos e do contexto social é explícita, primeiramente no artigo *Urupês*, texto em que Monteiro Lobato apresenta Jeca Tatu. Ao mesmo tempo em que explora o presente, traz o passado como comparação e, assim, traça a justificativa para o Brasil, um país em que o progresso, bandeira republicana, não teria de fato ocorrido.

Considerado, por seu autor, um “tipo étnico legítimo”, o personagem Jeca Tatu, destituído de qualquer heroicidade, é o resultado da busca frustrada por uma identidade nacional e corresponde ao antiarquétipo cultural, traduzindo-se como metáfora de atraso, preguiça doentia e ignorância do homem rural. Jeca era “um piraquara do Paraíba. Maravilhoso epítome de carne onde se resumem todas as características e aspectos da espécie”.

As características do anti-herói, que rompem com a atmosfera montada pelo Estado-Nação, são recorrentes no texto *Urupês*. Essa reiteração é feita através de procedimentos argumentativos, como a ilustração e as figuras de pensamento (a hipérbole e a metáfora) além da ironia (antífrase).

Na mansão de Jeca a parede dos fundos bojou pra fora um ventre empanzinado, ameaçando ruir; os barrotes, cortados pela umidade,

oscilam na podriqueira do baldame. A fim de neutralizar o desaprumo e prevenir suas conseqüências, ele grudou na parede uma Nossa Senhora enquadrada em moldurinha amarela – santo de mascate. - Por que não emenda essa parede, homem de Deus? -Ela não tem coragem de cair. Não vê a escora? (LOBATO, 1994, p. 149).

Embora a literatura fosse o meio de expressão de maior prestígio, o jornal era o meio de comunicação mais eficaz, por conta de sua natureza, tiragem e abrangência. Foi com a publicação das crônicas “*Urupês*”, seguida por “*Uma Velha Praga*”, em 1914, no Jornal O Estado de São Paulo, que Jeca Tatu ganhou repercussão. Os textos apresentados por Lobato consistiam em fortes denúncias contra o Estado, dada a própria natureza jornalística do texto e, sobretudo, sua veracidade, considerando-se o prestígio público de quem o assinava. Sabe-se que a crônica e os textos assinados tinham mais peso para os leitores do que as reportagens ou notas informativas divulgadas pela imprensa²⁷. Rabaça e Barbosa (1987, p. 187) pontuam: “Na crônica... o juízo de valor confunde-se sobre os próprios fatos expostos, sem o dogmatismo do editorial no qual a opinião do autor (representando a opinião da empresa jornalística) constitui o eixo do texto”. Percebe-se, assim, o caráter mediativo da crônica que atuou, nesse caso, como propagadora do pensamento de parcela representativa da elite, descontente com o cenário nacional e com a República. Através da natureza argumentativa do texto que lhe garantia voz e veracidade, a crônica surgia como uma hipermediação e substituíva a própria natureza da mídia impressa.

Sabe-se que o jornal tinha expressiva circulação nos grandes centros urbanos e era considerado o dispositivo de mediação mais abrangente e, em muitos casos, o

²⁷ De acordo com Romancini (2007 p. 68), só foi após a segunda década do Séc. XX que houve valorização do caráter informativo da imprensa, em detrimento aos gêneros opinativos.

único. Ao migrar “do campo para a cidade”, Jeca trouxe consigo um universo desconsiderado que promoveu uma contramediação. A partir da exponibilização do personagem, com a chancela de um dos maiores jornais do País, a atmosfera persuasiva implementada e fomentada pelo Regime republicano foi contaminada. Pode-se dizer que, em parte, o sucesso de Jeca Tatu aconteceu graças à identificação que o personagem estabelecia com o caipira, o homem do interior do Brasil, tido como ignorante e destituído de qualquer formação e informação a respeito do País e seu papel como cidadão²⁸. Lobato soube explorá-lo e fixou-se no retrato físico, na busca da configuração semiótica do personagem, marcado pelos defeitos do corpo e dos aspectos ridículos do temperamento ou do caráter, uma clara contra-heroicidade dirigida a todo o País, posto que, mesmo com a Proclamação da República, o País não conseguia entrar no ritmo da história, nem resolver os problemas sociais antigos. Moisés (1984) considera a imediata e ruidosa notoriedade de *Urupês* graças à referência feita pelo político Rui Barbosa²⁹ que, ao divulgar um plano de reformas para o País, utilizou Jeca Tatu como ilustração durante o discurso, no dia 20 de março de 1919, no Teatro Lírico do Rio de Janeiro³⁰.

²⁸ A obra *Urupês* e seu personagem Jeca Tatu, fizeram de Lobato o grande precursor da comunicação de massa no país. No lançamento de *Urupês* (1918) foram editados 1000 exemplares, vendidos rapidamente, assim como as três edições posteriores. Em carta ao amigo Godofredo Rangel, Lobato escreveu: “Ando intrigado. Tudo o que imprimo voa. A quinta edição de *Urupês* como se retardasse no prelo, foi vendida antes de sair. Os pedidos das livrarias estavam tão acumulados que depois de feita a entrega bem pouco sobrou. Tenho de pensar já na sexta... (Lessa, Orígenes. O Brasileiro Lobato. Rio de Janeiro: Leitura, 1944). Sem dúvida, *Urupês* foi a mola propulsora para a Indústria do Livro e da fundação da editora Monteiro Lobato & Cia, em 1920, ano em que 60 mil volumes foram publicados, número expressivo para a época. Seu personagem foi exponibilizado no cinema, pela interpretação de Amácio Mazzaropi, que atingiu recordes de bilheteria. “Jeca Tatu” (1959) e a Tristeza do Jeca (1961) são duas obras, da ampla filmografia de Mazzaropi, em que o caipira é o personagem protagonista. Jeca também foi aproveitado pela indústria farmacêutica para produção de fortificantes (Biotônico Fontoura), por mais de quatro décadas.

²⁹ Na ocasião, Rui Barbosa fez explanação sobre o “panfleto”, o artigo *Urupês*, que Lobato havia escrito quatro anos antes, na “Explicação Necessária” à primeira edição do livro *Urupês*, em que o mesmo implorou “perdão ao pobre Jeca”, isentando-o de culpa pela sua condição sub-humana.

³⁰ Rui Barbosa valeu-se do sucesso da crônica *Urupês* no discurso “*A questão social e política no Brasil*”, para abrir o discurso e utilizar do brasileiro apresentado por Lobato para criticar o Governo, a

A crítica que Lobato teceu está expressa já no título: *Urupês*. Através de fragmento da entrevista concedida a Silveira Peixoto, Monteiro Lobato explicou a escolha do título e apresentou seu pensamento reacionário diante dos brasileiros.

Quando era menino, minha mãe me mandava fazer qualquer coisa, mas eu mostrava corpo mole. Ela: “Anda menino! Parece urupê de pau podre!”. Esse nome urupê ficou-me na cabeça. Afinal, um dia, quando precisei classificar a classe do Jeca, ou do homem da roça, o nome que me acudiu foi esse – e acabou dominando também o livro (PEIXOTO *apud* LANDERS, 1998, p. 42).

O texto inicia criticando o contexto literário e o herói idealizado: o índio. Segue arrebatando todo o contexto nacional, particularmente o interior, ao qual Jeca pertencia: Regime político, religião, habitação, práticas medicinais e vizinhos. Lobato rebaixa-o a representante de uma espécie menor “que existe a vegetar de cócoras, incapaz de evolução” (1994, p. 47). O autor é taxativo ao chamá-lo preguiçoso, ser “sacerdote do menor esforço” (1994, p. 145), em que nada “paga a pena” (1994, p. 150) e alienado: “O veículo usual das drogas é sempre a pinga – meio honesto de render homenagem a deusa cachaça, divindade que ainda não encontrou heréticos” (1994 p. 153). Lobato denuncia a ignorância de Jeca, a falta de consciência política e o voto de cabresto que se expande com a República:

O fato mais importante de sua vida é sem dúvida votar no governo [...] vai pegar o diploma de eleitor a mão do chefe Coisada que lhe retém para garantir fidelidade partidária [...]. Vota. Não sabe em quem, mas vota. (LOBATO, 1994, p. 151).

“visão manda-chuvas, sua corrupção e cegueira”, invocar valores relativos à Pátria e ao trabalho. Para isso, no longo texto, vale-se de antigos problemas, desde a escravidão, e cobra providências de uma República “à 29 anos desorganizada”. O político voltou-se a causa dos operários e listou uma série de problemas enfrentados dentro e também fora da fábrica, como a falta de higiene e existência de doenças. Criticou a ortodoxia rio-grandense, clamou valor ao voto, e reforma constitucional. O discurso está disponível, na íntegra, no site www.casaruibarbosa.gov.br.

3.1.2 A modorra do Jeca

Lobato soube arquitetar a narrativa de Urupês com doses bem medidas de descrição e argumentação. Trabalhou com a manipulação³¹, especialmente com a provocação em momentos pontuais, aparentemente instigando Jeca a “remendar a parede da casa” e a “ter mais zelo” com a terra onde vivia. Deixou clara a falta de habilidade e vontade do protagonista em desempenhar ações.

Quanto ao discurso, tendo em vista os aspetos representados pela semiótica discursiva, como a enunciação, os actantes envolvidos e a figuratividade, é possível discriminar elementos que comprovam a crítica destinada ao Estado-Nação (através do posicionamento reacionário do autor) que permeia a narrativa. É ainda pertinente acrescentar que, na crônica em questão, percebe-se o confronto entre duas espacialidades ante a necessidade de heroicização social: o campo e a cidade. O atraso observado no campo, projetado na raça que Jeca emblematizava, opunha-se à realidade desejada pela elite dos grandes centros. Assim, a situação observada no campo comprometeria o progresso nacional e atestaria, automaticamente, a incompetência do Regime republicano.

Sabe-se que é nos centros urbanos que os movimentos em torno da política, das artes e da ciência são mais acentuados e ganham projeção pelos suportes midiáticos. É também nas cidades, por força da economia, onde são introduzidas

³¹ Barros (2002, p.32) organiza os tipos de manipulação (provocação, sedução, intimidação e tentação) segundo dois critérios: “o da competência do manipulador, ora sujeito do saber, ora sujeito do poder, e o da alteração modal, operada na competência do sujeito manipulado”. Podemos constatar a manipulação proposta pelo enunciatário na seguinte passagem: “Se pelotas de barro caem. Abrindo seteiras na parede, jeca não se move a repô-las. Ficam pelo resto da vida os buracos abertos, a entremostrarem nesgas de céu. Quando a palha do teto, apodrecida, greta em fendas por onde pinga a chuva, Jeca, em vez de remendar a tortura, limita-se, cada vez que chove, a aparar uma gamelinha a água gotejante... Remendo... Para que? Se uma casa dura dez anos e faltam “apenas” nove pra que ele abandone aquela? Essa filosofia economiza reparos” (LOBATO, 1994 p. 149).

melhorias infraestruturais que ocasionam progresso e comodidades. Da narratividade da crônica, percebe-se que nada existiria no campo - nem civismo, nem arte ou saúde: apenas o caboclo a “vegetar de cócoras”. Percebe-se a divergência, entre campo e cidade, acentuada pela visão reacionária do enunciador “proprietário”, que pode ser verificada também quando coloca a personagem como sacerdote da lei do menor esforço: “Há mil razões para isso; porque não é sua a terra; porque se o ‘tocarem’ não ficará nada para que outrem aproveite; porque para frutas há o mato; porque a ‘criação’ come; porque [...]?” (LOBATO, 1994, p. 149).

Em *Urupês*, há o emprego da debreagem enunciativa, que permite fabricar a ilusão de distanciamento e corresponde a estereótipos de linguagem de aversão e afastamento do enunciatário. Com isso, percebemos que o enunciador fica “confortável” para generalizar o discurso, uma vez que não são expostos actantes, espaços e tempos da enunciação. Por conta da presença de diálogos imersos na crônica, detectamos a existência da debreagem interna, responsável pela instauração de diálogos nos textos. Na crônica, há ausência de um lugar e um tempo específico da ação. Verificamos a utilização da terceira pessoa (ele, o Jeca) para tornar o discurso objetivo, que aproxima o enunciador do autor do texto. Fica claro que, por meio das relações contextuais – intertextuais da crônica em exame –, a enunciação assume claramente a instância mediadora entre o discurso e o contexto histórico, confirmando a crítica ao Regime republicano e à heroicidade propalada.

O plano actancial, apresentado por Jeca Tatu, substitui o fazer pelo não fazer e o dever ser pelo não ser. Há um claro contraste entre a heroicidade plástica do índio, exibido como herói selvagem, corajoso e genuinamente nacional, apresentado geralmente em cenário bucólico com natureza exuberante. Tiradentes, pintado com

semelhanças à imagem atribuída a Cristo, é exposto como mártir, representante da República, que salvaria o País. Jeca Tatu, ao contrário, é apresentado em um cenário de extrema pobreza, incapaz de qualquer iniciativa que o livre dessa condição. Desses contrastes, verificamos mediações distintas: que vão da busca pela identidade nacional na época do Império, à implementação e à consolidação do Regime político e, com Jeca, ao contrário, à expressão do fracasso político e identitário.

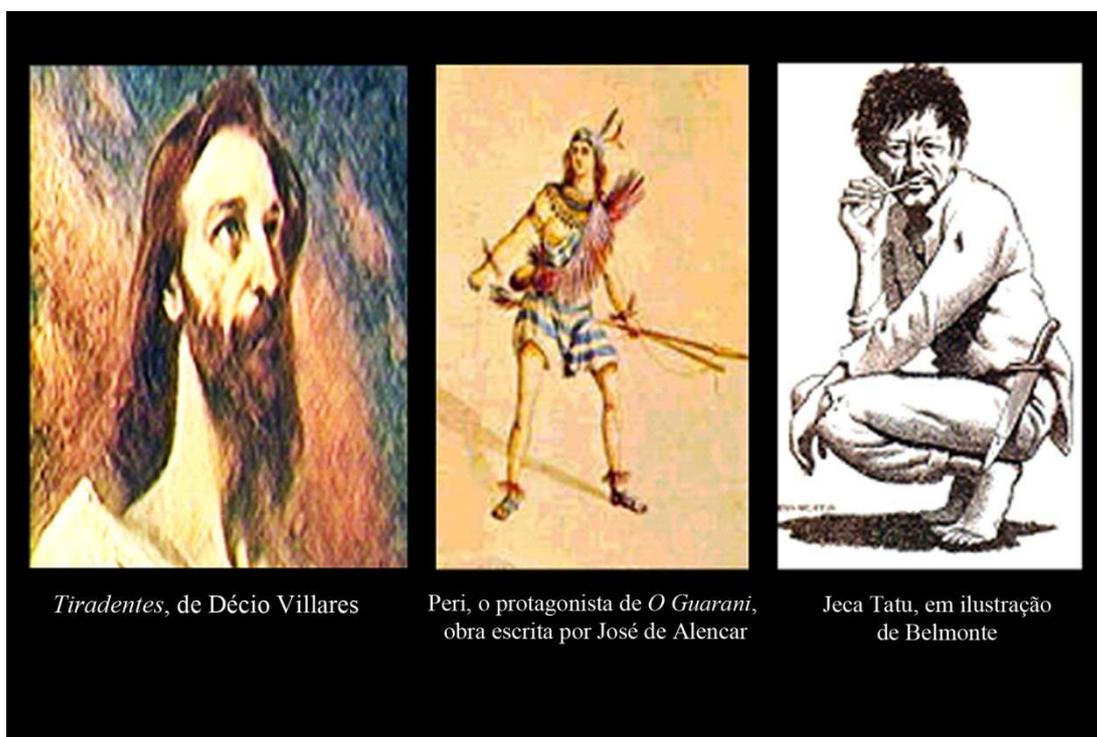


Figura 8

Na narrativa de Urupês, Jeca não demonstra competências que possibilitem realizar ações, o que impossibilita sua *performance*. Justamente nesse sentido, o enunciador reitera a falta de competência atribuída à personagem durante todo o texto. Só resta a Jeca Tatu valer-se da lei do menor esforço: “Não paga a pena... Nada paga a pena”.

Da iconização do discurso, verificamos o procedimento de ancoragem que traz consigo “efeito de realidade” e auxilia a persuasão do enunciatário quanto à

veracidade do discurso. São citadas datas históricas e referências religiosas. “Com relação à isotopia, entendida como a recorrência do mesmo traço semântico ao longo do texto” (FIORIN, 2002, p. 81), verificamos a política como grande conector isotópico que permeia outros temas como a religião, a medicina e o imigrante, somando-se ao “não fazer de Jeca”, que desconhece o 13 de Maio, o 15 de Novembro, bem como remédios, preceitos religiosos e a Pátria.

Através da impossibilidade de qualquer ação efetiva, por parte de Jeca Tatu, fica evidente que o enunciador consolida sua visão amarga quanto ao País. *Ururpês* termina demonstrando a não vida de Jeca, o caboclo incapaz de dançar, cantar, esculpir, compor, falar, rir e amar. Mais do que ilustração do contexto social e sua época, o personagem pode ser emblematizado como prova cabal do fracasso do Regime republicano, em vigência por mais de duas décadas. Com Jeca Tatu, instaura-se um conflito ou confronto mediativo com o projeto, implementado pelo Estado-Nação, diante da necessidade de firmar identidade nacional. Dada a reverberação e o sucesso da contra-heroicidade do personagem, o Estado é forçado a absorvê-lo como símbolo para a campanha pública sanitária, já que o brasileiro estaria doente e carente de cuidados especiais. Constata-se, portanto, a necessidade de investimento de base simbólica, para a manutenção e adesão da política vigente.

3.2 NOVAS MODULAÇÕES: O HERÓI NA VANGUARDA DO ANTI-HERÓI

A segunda década do Sec. XX registra alterações significativas, sobretudo na cidade de São Paulo, que ganha expressão com o aumento do número de indústrias,

expansão tecnológica, aumento da população com a chegada de imigrantes³² e de brasileiros oriundos de outras regiões. Embora o desenvolvimento industrial ocorrido fosse motivado pelos republicanos, em função das dificuldades de importação por conta da Primeira Guerra Mundial, economicamente, houve políticas desastrosas como o encilhamento, instituído por Rui Barbosa, que gerou desvalorização da moeda e aumento da Dívida Externa. O fato é que, durante a Primeira República (1889-1930), não houve condições de manter a imagem do Estado como “demiurgo da sociedade”, tanto que houve insatisfação de modo geral. Os trabalhadores se articularam nos sindicatos que, por sua vez, organizaram greves, e tal foi o descompasso político que houve Golpe de Estado em 1930³³.

A cultura nacional, representada pelos modernistas, expressava mudanças. Muitos artistas bebiam do contexto social para criticar antigas escolas e preconizar uma nova arte. O grande movimento artístico da época foi a Semana de Arte Moderna, em 1922, ocorrida no Teatro Municipal da cidade de São Paulo. Nesse evento, os modernistas apresentavam um novo panorama artístico que se opunha aos padrões adotados até então. Certamente muitos artistas foram influenciados pelas correntes européias; entretanto, houve integrantes que expandiram o olhar para raízes nacionais e as “brasilidades regionais”, como Mário de Andrade, na rapsódia *Macunaíma*, obra à qual destinamos especial atenção e será apresentada ainda neste capítulo, e que constitui em contramediação, não só do Estado, mas também do

³³ Em 1930 ocorreu um Golpe de Estado que depôs o presidente Washington Luis em 24/10/1930 e impediu a posse do presidente eleito Julio Prestes. Essas alterações políticas aconteceram através de um movimento armado, que ficou conhecido como Revolução de 1930, promovido pelos estados de Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Paraíba que apoiavam Getúlio Vargas. O evento histórico marcou o fim da política do café-com-leite – alternância do poder entre representantes do cenário paulista e mineiro - e também da Primeira República ou também chamada de República Velha e o início do governo Provisório sob o comando de Vargas.

contexto econômico-social vivido. Antes disso, é preciso pontuar algumas considerações a respeito da atmosfera cultural da época.

Os movimentos de vanguarda que ocorreram na Europa foram determinantes para reposicionar a arte como manifestação social e como instrumento de ruptura e difusão de outras crenças a partir de uma nova leitura do momento histórico. Os vanguardistas “chocaram, abriram e romperam ao mesmo tempo” e suas obras influenciaram o mundo ocidental pela criticidade expandida para além da arte. “A vanguarda interpretou o espírito experimentalista e polêmico da *belle époque*³⁴. Seus limites cronológicos abrangem o final do Séc. XIX e a Segunda Guerra Mundial, em torno de 1940” (TELES, 2000, p. 82).

O Futurismo de Marinetti (1905-1919), que reverberou na Itália e na França, ganhou força e se expandiu a ponto de propagar o Regime fascista. O Expressionismo (1910-1920), gestado na Alemanha, considerado revolucionário, opôs-se ao Naturalismo e ao Positivismo. Somam-se a essa época o Cubismo³⁵, tido como o “Modernismo da França” (1909, na pintura, e 1917, na literatura, com o expressivo poeta Apollinaire); o Dadaísmo (Zurique, 1916), que reuniu características dos três principais movimentos precedentes; e o Surrealismo, último movimento da vanguarda europeia, nascido na França (1924), que destacava o inconsciente na atividade criativa.

De um modo geral todos esses movimentos estavam sob o signo da desorganização do universo artístico de sua época. A diferença é que uns, como o futurismo e o dadaísmo, queriam a destruição do passado e a

³⁴ *Belle Époque* (1886-1914) foi o período de pluralidade de tendências filosóficas, científicas, sociais e literárias advindas do Surrealismo e do Naturalismo.

³⁵ O Cubismo, a partir de 1917, envolveria a literatura paralelamente ao Dadaísmo, com características: “antiintelectualismo, o instantaneísmo, a simultaneidade e uma linguagem predominantemente nominal e mais ou menos caótica” (TELES, 2000, p. 115).

negação total dos valores estéticos presentes; e outros, como o expressionismo e o cubismo, viam na destruição a possibilidade de construção de uma nova ordem superior. No fundo eram, portanto, tendências organizadoras de uma nova estrutura estética e social (TELES, 2000, p. 29).

De fato, esses movimentos influenciaram intelectuais brasileiros que acabaram por promover o movimento modernista. A Semana de Arte Moderna marca o início efetivo do Movimento Modernista no País. Inovador, o evento artístico conseguiu promover a união de artistas³⁶ que propunham uma nova arte, com força capaz de influenciar várias gerações não só de escritores, pintores e escultores, como também musicistas, como Francisco Mignone, Villa-Lobos e Mário de Andrade. A poesia concretista de 1950 e o tropicalismo de 1960 são, por certo, movimentos influenciados pelo Modernismo na sua procura de identidade própria para a arte e, sobretudo, para a cultura nacional.

Pode-se dizer que os Manifestos da Vanguarda europeia entraram timidamente no Brasil. Na Bahia, no final de 1909, o *Jornal de Notícias* publicou o Manifesto dos Futuristas, que passou despercebido, segundo a historiografia. A publicação do mesmo texto na França, no jornal *Le Figaro*, havia sido feita em fevereiro do mesmo ano, mas, ao contrário do que ocorreu na Bahia, teve forte repercussão. Cabe assinalar que, com a entrada dos Manifestos e das publicações em torno dos Movimentos e com a volta de intelectuais brasileiros que estavam sob a atmosfera cultural vanguardista, as correntes europeias eram lidas e transpostas por artistas brasileiros – com apresentação em grande estilo na Semana de Arte Moderna, em 1922, que aconteceu no Teatro Municipal de São Paulo.

³⁶ Os principais modernistas, expressivos organizadores da Semana, foram: Oswald de Andrade, Menotti del Picchia, Mário de Andrade, Tarcila do Amaral, Anita Malfatti. Eles ficaram conhecidos como o Grupo dos Cinco.

O evento só poderia ter acontecido em São Paulo, já que a cidade tinha prosperado em função do café e estava envolvida pela atmosfera industrial e pelos progressos tecnológicos. Além disso, reunia maior número de artistas e burgueses que financiavam a arte. Mário da Silva Brito registrou a importância da Semana:

Os fatos demonstrariam que a Semana de Arte Moderna finalmente introduziria o Brasil na problemática do Séc. XX e levará o país a integrar-se nas coordenadas culturais, políticas e sócio-econômicas da nova era: o mundo da técnica, o mundo mecânico e mecanizado – o mundo que o modernismo cantaria, glorificaria e, depois, temendo-o repudiaria, consequência dele que era. (BRITO, In TELLES, 2000, p. 276-277).

A Semana causou descontentamentos aos dissidentes parnasianos e simbolistas. Chocou boa parte do público com as inovações, mas foi “ponto de encontro” dos artistas que percebiam, nas Vanguardas, a possibilidade de renovação da arte, sobretudo esteticamente, como ficou registrada na primeira etapa do Movimento Modernista. O descontentamento com a “nova arte” não era novidade, já que havia sido prenunciado desde a exposição de Anita Malfatti, em 1917, com o artigo de Monteiro Lobato, cujo título é *Paranóia e Mistificação*³⁷, que desqualificava a arte então exibida e, conseqüentemente, sua autora. De toda forma, a Semana cumpriu a função de alertar a sociedade e ajustar seu olhar, o quanto possível, aos problemas existentes, exibidos através da arte. A inovação estética quebrou paradigmas e promoveu crítica ao Estado-Nação. De acordo com o editorial do Jornal Folha de São Paulo, publicado em 15/05 de 1978:

³⁷ Lobato desqualifica a arte de Anita Malfatti ao afirmar que a pintora coloca seu talento a serviços duma “nova espécie de caricatura”. É taxativo ao afirmar: “Sejamos sinceros: futurismo, cubismo e tutti quanti não passam de outros tantos ramos da arte caricatural” (em *O Estado de São Paulo*, 1917).

O pressuposto inicial de 22, o autoconhecimento do país, tinha a um só tempo de acabar com o mimetismo mental e denunciar o atraso, a miséria, e o subdesenvolvimento. Mas denunciar com uma linguagem do nosso tempo, moderna, coloquial aproveitando o arsenal estilístico e estético das inovações das vanguardas européias.

Sabe-se que os participantes da Semana tinham formação e inclinações diversas, mas eram modernistas, rompiam com o que tínhamos em termos artísticos. Dentre os idealizadores e participantes, vale destacar os mais significativos, mesmo que brevemente. Oswald de Andrade, que renegava o Parnasianismo, retornara da Europa, em 1912, com influências do Futurismo. Graça Aranha voltou ao Brasil em 1921, depois de vinte anos residindo na Europa, com contribuições do Espiritonovismo. Mário de Andrade, escritor e musicista, também foi “contaminado” por Apollinaire e pelo Cubismo. Na pintura, o lituano Lasar Segall, que teve formação na Alemanha, veio ao Brasil com influências do Expressionismo. Anita Malfatti, embora dominasse a técnica impressionista, também corroborava com o Expressionismo. Tarsila do Amaral, de sua estada em Paris, herdara o Cubismo. Bosi (1994) complementa:

Manuel Bandeira travara contatos com Paul Éluard, na Suíça, e viera marcado por um neo-simbolismo de cuja dissolução nasceria o seu modo de ser modernista; Ronald de Carvalho, embora pouco tivesse de revolucionário, ajudara em 1915 a fundação de uma revista de vanguarda portuguesa, Orfeu, centro irradiador da poesia de Fernando Pessoa e de Sá Carneiro, Tristão de Ataíde e o próprio Graça Aranha conheceram igualmente as vanguardas européias centradas em Paris, e da Paris de Pollinaire, Max Job e Blaise Cendrars vinha a poesia modernista de Sergio Milliet, escrita embora em Genebra (BOSI, 1994, p. 332).

Com relação aos Movimentos de Vanguarda européia, Telles (2000, p. 30) chama de “remotas” as influências do Futurismo e do Expressionismo em detrimento do *esprit nouveau* trazido por Graça Aranha. Membro da Academia Brasileira de

Letras e diplomata, Graça Aranha viveu 21 anos na Europa, o que foi decisivo para a inserção do Modernismo no País e de sua articulação no período inicial. Deu crédito aos novos artistas, ao romper com a Academia, em 1924. No mesmo ano, realizou conferência intitulada *Espírito Moderno*, que renegava o Passadismo e propunha, entre outras medidas, a total abertura da Academia aos novos escritores e a publicação de suas obras. No Evento de 1922, realizou a primeira conferência da Semana de Arte Moderna, denominada *A emoção estética na arte Moderna*.

É na mesma esteira do espírito moderno que o trabalho de Mário de Andrade vai sendo tramado. Sabe-se que ele possuía a coleção da revista *L'Esprit Nouveau*³⁸ e dali extraiu base para sua poética contida nas obras *Prefácio Interessantíssimo* e a *Escrava que não é Isaura*. Grembecki, na obra *Mário de Andrade e L'Esprit nouveau*, de 1969, faz pontuações nesse sentido. A publicação francesa teria importante ação mediadora ao incorporar especulações estéticas gerais à época e às questões paralelas, abordada pelos colaboradores da publicação como necessidade estética que pudesse corresponder às modificações ocorridas no ambiente social, dado o avanço técnico e a tendência da universalização da arte. A autora afirma que a filiação de Mário de Andrade às ideias de Renovação europeia, através da Revista, processou-se em duas etapas: a primeira teria contribuído com a formação de suas ideias estéticas, por influência direta dos participantes da publicação; já a segunda teria sido pela “influência do clima de renovação existente na época, cujos reflexos atingiram Mario de Andrade indiretamente através da *L'Esprit Nouveau*” (GREMBECKI, 1969, p. 71).

³⁸ As revistas *L'Esprit Nouveau*, anotadas por Mário de Andrade, encontram-se na biblioteca da Universidade de São Paulo (USP).

Retomando os autores do Movimento Modernista, cabe mencionar Oswald de Andrade que também fora influenciado pelo Espiritonovismo, embora em menor dose que Mário. Telles (2000) corrobora:

[...] também não se pode esquecer que a maior parte das idéias de Oswald de Andrade, provém, inicialmente, de uma mistura de futurismo, dadaísmo e “espiritonovismo”, como no nacionalismo de Pau-Brasil, de 1924; e depois, numa outra mistura a que se adicionou uma pitada de surrealismo, como no Manifesto Antropofágico, de 1928, onde o sentido de Antropofagia tem muito a ver com alguns textos de Marinetti, com a revista *Cannibale* e, poeticamente, com certas técnicas da poesia surrealista, como recentemente mostrou Heitor Martins (TELLES, 2000, p. 33).

Vale pontuar que, no Brasil, entende-se por Modernismo o período que se inicia com a Semana de Arte Moderna e se estende até o final dos anos 70. Didaticamente, o Movimento divide-se em três momentos. O primeiro, também conhecido por fase heróica, compreende a Geração de 1922 a 1930, que privilegiou aspectos estéticos em oposição à arte apresentada até então. O segundo, datado de 1930 a 1945, estava voltado ao projeto ideológico “agudização da consciência política”. Já no terceiro, de 1945 a 1978, registra-se a busca de uma literatura mais intimista.

O heroísmo dos modernistas pode ser constatado pela batalha vitoriosa travada contra a tradição artística e literária estabelecida na época já que, para uma nova arte, capaz de refletir o tempo vivido, era urgente romper com o passado. Ortiz (2003, p. 27), ao falar sobre o discurso estético, diz ter sido revolucionário e justifica: “O discurso estético aparece como um esforço de transcendência, de distanciamento da realidade, por isso é immanentemente ‘revolucionário’,

independente do seu conteúdo, ele contesta as relações concretas de dominação” (ORTIZ, 2003, p. 27).

Naturalmente, foi só depois da ruptura inicial e do amadurecimento dos intelectuais, envolvidos no Movimento, que a questão ideológica veio à tona, de modo mais intenso. A realidade, que havia começado a desnudar-se com o Movimento Regionalista, considerado pré-modernista, torna-se material de trabalho de muitos modernistas. Um dos méritos dos regionalistas talvez tenha sido deslocar o olhar para a realidade social do interior do Brasil. Aos modernistas coube a tarefa (e o peso) de expandir, inovar e revelar aspectos velados pelo Estado-Nação, como as transformações sociais decorrentes do Capitalismo e trazer à tona problemas herdados do Regime monárquico e nunca resolvidos pelos republicanos.

Antes de finalizar esse tópico, vale tecer mais alguns esclarecimentos com relação às Correntes europeias. Embora elas tenham influenciado Movimentos e manifestações artísticas em vários países, não se pode afirmar que sejam extensão, ou mera reprodução, daquelas Vanguardas. Monegal (1978, p. 23) em texto que revela a proximidade entre o pensamento de Mário de Andrade e Jorge Luis Borges, na década de 1920, aponta Movimentos distintos no Brasil e na Argentina: Modernismo e Ultraísmo, respectivamente³⁹. O autor destaca certos aspectos do Criolismo como uma espécie de elo temporal entre o olhar de Mário de Andrade sobre o Brasil, sua incessante busca pela linguagem nacional, e o direcionamento da narrativa borgiana rumo ao interior de seu País e a periferia da capital, Buenos Aires.

³⁹ O Modernismo hispano-americano corresponde, cronologicamente, ao que na Literatura brasileira se chama Realismo e Simbolismo. Mário de Andrade, ao escrever os artigos nomina o Movimento argentino, equivocadamente, de Modernismo quando, na verdade, o nome empregado era o ultraísmo. Com relação ao Ultraísmo, Monegal (1978, p.20) enfatiza que o Ultraísmo argentino, embora vindo do Movimento espanhol de mesmo nome, seria original. O movimento argentino estaria “mais radicado na circunstância americana (no caso, o subúrbio de Buenos Aires)”. Enquanto que O movimento espanhol estaria calcado acentuadamente no Futurismo já na metade da década de 1920.

Monegal complementa: “O criolismo não nega a herança européia mas a transforma através de experiências de poeta no tempo (a História ainda viva) e no espaço (o pampa e o subúrbio que descobre nas beiras da cidade moderna que já é Buenos Aires)” (MONEGAL, 1978, p. 23).

Monegal (1978) encontrou a “intuição crítica que os certifica” ao analisar cinco artigos assinados por Mário de Andrade, publicados no *Diário Nacional de São Paulo*, em 1927 e 1928. O autor brasileiro, devidamente informado a respeito da literatura argentina, fez considerações importantes a respeito de revistas, escritores argentinos, entre eles, Borges⁴⁰ e do Criolismo. A partir da clareza do cenário literário portenho foi que Mário estabeleceu paralelismos com passagens textuais de Borges: ambos eram contra o uso abusivo das metáforas; os dois conseguiram estabelecer o justo distanciamento dos Movimentos que militavam para criticá-los com serenidade e, posteriormente, também olharam, de modo circunstancial, o contexto geopolítico em que estavam imersos.

Monegal (1978) registrou que Mário de Andrade era um leitor privilegiado e fora um dos poucos a ver com clareza:

A natureza profunda e nada ostentosa do criolismo de Borges, sua radicação essencial num solo cultural que era seu por direito de nascimento e ocupação, e que jamais poderia ter obliterado pelas capas da cultura estrangeira que também recobriam e adubavam esse solo (MONEGAL, 1978, p. 46).

⁴⁰ A grande lapso que Monegal extrai dos textos de Mario de Andrade para com Borges seria a observação relativa ao humor. Para Mario, Borges riria pouco. “É pena que esse humor sutilmente paródico, e portanto carnavalesco, está muito próximo do que Mario possuía e que explode causando tanto prazer em Paulicéia desvairada e, sobretudo no erotismo de Macunaíma” (MONEGAL, 1978, p.52)

Para nossa pesquisa, neste momento, nos centramos no fato de Mário, tal quais seus colegas argentinos, ter buscado e extraído da cultura nacional elementos que viriam compor o “substrato psíquico” do brasileiro, traduzido na obra *Macunaíma*, e seu personagem protagonista de mesmo nome, e que auxiliaria a descortinar uma cultura nacional e não ficar pautado às Correntes europeias.

3.3 MACUNAÍMA: HERÓI DA NOSSA GENTE

A influência do *Esprit Nouveau* fez com que o modernista Mário de Andrade abandonasse o Parnasianismo e também certos aspectos relacionados ao Impressionismo para, progressivamente, pesquisar, com vigor, a história do País e seus regionalismos. Com isso, foi entrelaçando características que singularizaram sua linguagem. Acrescentou, à narrativa, o psicologismo e a sociologia, enquanto participação da vida social sem esquecer a estética como forma de organização da obra de arte. O resultado: *Macunaíma*.

Mário de Andrade é genial ao extrair do contexto social o caráter do brasileiro. Foi pinçando referências geográficas e extraindo informações sociopolítico-culturais expressas em *Macunaíma* que o autor singularizou o “brasileiro” e sua obra entre os outros modernistas. A rapsódia, como foi classificada a obra, subverte, entre outros aspectos, a política de “Estado protetor”, ao apresentar seu herói amoral, pícaro, que, para garantir sua sobrevivência e acompanhar o ritmo das mudanças estruturais, sobretudo as registradas na cidade de São Paulo com a industrialização, arma-se de coragem, ousadia, esperteza e malandragem. De fato, o

autor de *Macunaíma* viveu atentamente seu tempo e acompanhou as duas fases modernistas com tensão e clareza de que sua obra deveria sofrer modificações⁴¹.

Campos (1972), em sua tese de doutoramento, intitulada *Morfologia do Macunaíma*, tece relações entre a obra de Mário de Andrade e de Wladimir Propp, *Morfologia do Conto Maravilhoso*, ambas apresentadas ao público em 1928⁴². Campos pontua a natureza diversa dos dois trabalhos: um de metodologia e análise científica; outro, de ficção. *Macunaíma* estaria estruturada com princípios de coerência da lógica fabular, explicáveis sob a tipologia funcional desenvolvida por Propp. Porém Mário de Andrade superaria a objetificação psicológica das fábulas.

A coerência do *Macunaíma* deve ser buscada num outro tipo de lógica (como também o seu tempo, a sua “Crônica” e a sua psicologia): trata-se do pensamento da lógica fabular, de certo modo daquela “logique concrète” da “pensée sauvage” de que Lévi-Strauss, de qualquer modo, da lógica enquanto semiologia da narração, definível a partir de um “corpus” o lendário Koch-Grümbert) que tem muitos pontos de afinidade com o repositório empiricamente investigado por Vladimir Propp (CAMPOS, 1972, p. 48).

O personagem fabular *Macunaíma* ganhou expansão e peso na narrativa por seus feitos, sobretudo pelo modo que encontrou para sobreviver, esquivando-se do

⁴¹ Através da correspondência com Manuel Bandeira, notam-se modificações do pensamento e do trabalho de Mário de Andrade. Lafetá (2000) escreveu que, de 1922 a 1924, repetem-se conceitos expostos no “Prefácio Interessantíssimo” e na *Isaura* “através de referências diretas a esses dois textos ou sob a forma de alusões ao ‘lirismo’ e à ‘técnica’”. Em fins de 1924 começa a mudança: a carta datada de 7 e 8 de novembro mostra admirável equilíbrio entre inspiração e fatura, e revela o Mário de Andrade consciente do valor expressivo de elementos *estruturais* do poema” (LAFETÁ, 2000, p. 176-177).

⁴² Campos escreve que os escritores mineiros Affonso Ávila e Laís Correia chamaram atenção sobre o paralelismo entre o método de decompor fábulas de Propp e o processo de compor uma superfábula adotado por Mário de Andrade em *Macunaíma*, através de publicação de artigos no Jornal Estado de Minas, em 19/05/1973 e 7/09/1963. Ambos reivindicam a precedência da utilização do método estruturalista para Mário de Andrade. Campos posiciona-se: “Procedência não se poderá falar, primeiro porque ambas as obras são de publicação simultânea (1928), a de Propp [...] pesquisas iniciadas certo tempo antes (numa fase preliminar, seu trabalho envolve uma grande quantidade de tabelas, esquemas, análises, em proporções excessivas para a publicação [...])” (CAMPOS, 1972, p. 16).

trabalho, dos compromissos, fazendo-se de vítima para levar vantagens e, ao mesmo tempo, esforçando-se para manter-se “herói da nossa gente”. Não há preocupação do personagem a respeito das suas ações e consequências como na fábula tradicional. Sabe-se que a ação permite a construção do herói. Porém as realizações efetivadas pelo personagem o singularizaram como pícaro: não teve trajetória exemplar, não realizou nada em vida, morreu triste e foi ser “brilho inútil”. Candido (1972, p. 68) afirma que Pícaro “narra suas aventuras, o que fecha sua visão de realidade ao seu ângulo restrito, e essa voz em primeira pessoa é um dos encantos para o leitor, transmitindo uma falsa candura que o autor cria habilmente, e já é recurso psicológico de caracterização”. Kothe (1987) escreveu a respeito do comportamento do pícaro e sua centralidade na narrativa:

O pícaro pode ser visto como um herói a beirar o trágico e ser assumindo como um herói épico às avessas. O pícaro é de extração social baixa e se comporta de modo pouco elevado, mas se eleva literariamente à medida que se torna o centro de toda a narrativa e conta até mesmo com a complacência e a simpatia do leitor. Ele é o modo pelo qual a classe baixa consegue entrar no picadeiro da literatura. O pícaro é um herói cuja grandeza é não ter grandeza nenhuma. Ele é o reverso de grandes heróis épicos e trágicos (KOTHE, 1987, p. 24).

Sem dúvida, o personagem picaresco de Mário de Andrade é capaz de absorver a atenção do leitor por seus feitos, e esse envolvimento se dá, paralelamente, através do emprego de vocabulário composto por regionalismos, frases feitas, e utilização de provérbios de tal sorte que o discurso, tramado de forma artesanal, fosse capaz de proporcionar vários modos de identificação, o que levaria a obra a uma caracterização universal, tendo em vista as temáticas envolvidas. Assim é garantida a eficácia discursiva, já que o enunciatário/leitor é envolvido no discurso

ao estabelecer associação entre um “caráter, com um corpo, com um tom” (FIORIN, 2004). Além disso, a obra apresenta humor. Campos (1972) salienta que uma das características notáveis do *Macunaíma* é seu aspecto paródico, de linhagem rebelaiana, o seu aspecto herói-cômico. Em nota, este autor pontua que:

Elementos humorísticos, alguns de comicidade grosseira, de diferentes épocas e que ainda hoje devem a sua origem ao prazer de fabular”, assim como “traços obscenos”, caracterizando lendas inteiras ou enxertados em “mitos sérios”, pra o especial prazer do narrador e dos ouvintes, ocorrem no próprio material recolhido por Koch-Grünberg. (CAMPOS, 1972, p. 67).

Literariamente, Lopez (1978, XLI) afirma que Mário, ao criar *Macunaíma*, o anti-herói nacional, “[...] renega a cópia e busca a transposição adequada, a transformação”. Para o autor, existe crítica “em primeiro lugar, à fusão das intenções de independência cultural de sua linha nacionalista modernista com determinados elementos das vanguardas do modernismo europeu”. Com relação à importância da obra, tida como marco do Movimento Modernista, Chaves (1970) declara:

Macunaíma é um libelo contra o convencionalismo temático, contra o índio alienado da realidade, fosse ele do Uruguai ou o Guarani. É o massacre impiedoso do que restava de um sistema já impotente e esgotado há muito. É a tentativa de organizar um mundo novo, rompendo com a alienação do nosso passado e rompendo com a Europa, porque como Mário vira lucidamente, nós, antes de 1922, não tínhamos nada a ver com aquele mundo do qual fazíamos parte, ou seja, com o mundo extra-europeu. Era preciso romper com tudo, ser aquilo que realmente éramos e deixar de ser o que pretendíamos ser. Este é o grande brado do panfleto que se chama *Macunaíma*. (CHAVES, 1970, p. 206).

Lafetá (2000) entende *Macunaíma* como o “instante da virada”, de Mário de Andrade, entre a primeira e a segunda fase do Movimento Modernista. Justamente a grandeza satírica, o tom “alternadamente humorístico e melancólico” e o não-caráter do brasileiro, impresso e expresso pelo personagem protagonista, que assegurariam a passagem de Mário para a segunda fase, na qual o engajamento social e as denúncias prevaleceriam à questão estética.

Na verdade, a sátira e o não-caráter foram as armas escolhidas por Mário para munir sua personagem no percurso de sua trajetória, que assinala oposição aos valores preconizados pela República. A narrativa da obra deflagra a fragilidade e a morosidade do progresso social; a falta de condições do Estado em gerenciar a política externa; a força imperativa do Capitalismo e os problemas étnicos, como a mão de obra excedente, ignorante e excluída, entregue à própria sorte desde os tempos da escravidão.

Macunaíma, o herói de mil truques, coloca em xeque o trabalho e todo o dilema em torno da industrialização. Redimensiona as características positivistas que haviam alicerçado a necessidade de criar um herói capaz de projetar “ordem e progresso” e, sobretudo, aponta para características que se desenvolverão posteriormente, e que serão trabalhadas no decorrer desta pesquisa, como caricaturas heroicas. Macunaíma, ao acenar aos índios e negros, ao zombar do imigrante e da força de trabalho empregada nas fábricas, coloca em xeque os “frutos do progresso”, inacessíveis à grande maioria, mostrando a desordem social.

Mário de Andrade, com *Macunaíma*, revisa e critica as primeiras décadas do Séc. XX, a “contrapelo”, na esteira do método de fazer história, proposto por Benjamin (1996, p. 225), que coloca em questão o discurso do vencedor, da história

contada, em oposição à versão propalada pelo Estado-Nação, e também suas contradições. Assim, não há como deixar de perceber seu compromisso na tentativa de expor o cenário nacional da época, as circunstâncias socioeconômicas que afetavam o Brasil, além do intuito de “descobrir o mais que possa a entidade nacional dos brasileiros” (LOPEZ, 1978, p. 335). Para Costa (1982, p. 64), “o que na perspectiva de Macunaíma é curiosidade, na do autor é crítica”. Lopez (1978) corrobora nesse sentido, quando afirma que “um ficcionista se propõe como um rapsodo [...] com a finalidade de narrar simbolicamente a história do herói da nossa gente, o herói sem nenhum caráter. É aquele que narra e assim denuncia”.

3.3.1 Trabucar: eu, o herói?

Sabe-se que, na enunciação, estão inclusas avaliações, “julgamentos, pontos de vistas revelados por adjetivos, substantivos e verbos” (FIORIN, 2004, p. 40). Em *Macunaíma*, verificamos a enunciação enunciativa que afirma a posição do enunciador, projeta no enunciado o “eu, aqui, agora” (FIORIN, 2002) e dá atualidade de ação com consequentes efeitos de subjetividade e de parcialidade. O enunciador se apresenta através do plano actancial representado por Macunaíma, que faz a ação, capacitada para o poder/fazer, para realizar *performance*. Assim, o personagem é apresentado com várias habilidades: conversa com animais e estrelas, discursivamente, escreve, viaja. No desenrolar dessas ações, ele intimida (sanciona), provoca, seduz e apela para a tentação.

Na análise da *performance* de Macunaíma, verificamos que o personagem aparenta não ter princípios morais. Desde pequeno, Macunaíma desenvolveu a “arte de tirar proveito em benefício próprio”. Essa foi a alternativa que encontrou para se esquivar de fazer o que não gostava, de ganhar proteção extra nos momentos de apuro, para poder divertir-se sempre que possível. Todo o fazer de Macunaíma o presentifica na narrativa, como actante principal, bem como reitera a presença e posição do enunciador/autor do texto no desenvolvimento da trama, como especular, frente às alterações do cenário urbano e de seu próprio personagem- herói que, classificado como picaresco, personifica o brasileiro. Kothe traduz o herói em xeque: “O pícaro é um manipulador dos mil truques necessários à sobrevivência: ele é um ‘virador’, um artista da gigolagem” (1987, p. 48). Essa constatação pode ser feita no trecho extraído de *Macunaíma* em que o herói, depois de mais uma traquinagem, tenta provar inocência.

O herói nem bem viu Maanape de longe pegou se lastimando. Atirou-se nos braços do mano e contou uma história bem triste provando que Jiguê não tinha nenhuma razão para sová-lo tanto. Maanape ficou zangado e foi falar com Jiguê. Mas Jiguê também já vinha pra falar com Maanape. Então eles verificaram que Macunaíma era muito safado e sem caráter. Voltaram pro quarto de Maanape e toparam com o herói se lastimando. Pra consolar levaram ele passear na máquina automóvel (ANDRADE, 2004, p. 119).

Todo o fazer do personagem, impresso da enunciação enunciada, deflagra o *ethos* e sua dinâmica, definida pela análise do espaço e da temporalidade da enunciação enunciativa. Maingueneau esclarece: “O *ethos* não é um procedimento intemporal, como as outras dimensões da enunciação; inscreve as obras numa conjuntura histórica determinada” (2001, p. 144). Ora, o Brasil da segunda década do

Séc. XX continuava sofrendo com as mazelas sociais já presentes desde a Proclamação da República. Em *Macunaíma*, está clara a falta de condições sociais para o desenvolvimento de um povo doente e ignorante – antes traduzido em Jeca e agora no protagonista Macunaíma. Andrade, afinado com as mudanças da sua época, elenca e distribui, no decorrer da narrativa, as transformações da cidade de São Paulo, a grande metrópole nacional onde o herói pícaro transita e tenta suportar as inovações da forma que pode.

Está claro que a análise do ethos fornece o pensamento do enunciador que, no caso de Macunaíma, propõe crítica ao contexto vivido. Macunaíma é elaborado e, portanto, tomado como metáfora do brasileiro. Dados os efeitos de parcialidade e subjetividade, decorrentes da enunciação enunciativa, temos o herói pícaro como o grande malabarista, senhor da malandragem que lhe é nata. É através de seu uso que Macunaíma garante vantagens em meio à natureza e, depois, ao ver-se imerso na aridez da cidade - prestes a ser devorado por suas máquinas e diante da imposição de outros modo de viver - consegue suportar a cidade e ir em busca do que mais lhe importava, seu objeto de valor: a pedra muiraquitã, elo de seu passado na tribo, sua história.

Para Dias (2000, p. 129), “Mário de Andrade tinha uma rara capacidade de acessar o inconsciente coletivo brasileiro, do qual emanaram todas essas desconcertantes, porém riquíssimas imagens [...]”. O fazer “picaresco” de Macunaíma pode ser interpretado como única alternativa diante da fragilidade de um Estado atrelado a interesses internacionais: antes Portugal, depois Inglaterra e Estados Unidos – época em que a obra de Andrade foi apresentada.

A obra em análise deixa claro que todo o fazer do personagem protagonista demonstra o paradoxo nacional, fruto da ausência de políticas capazes de sustentar e implementar os valores preconizados pelo Regime republicano, em um país formado por diversas etnias, que, sobretudo nas primeiras décadas do Séc. XX, passa a sentir as disparidades comerciais e industriais fixadas pelo modelo capitalista, principalmente em São Paulo. Macunaíma já tinha ouvido falar da capital paulista e da prosperidade financeira da cidade antes de decidir ir até lá procurar a Muiraquitã. Dizia o herói ao seu filho todos os dias: “Meu filho, cresça depressa pra você ir pra São Paulo ganhar muito dinheiro” (ANDRADE, 2004, p. 28).

Em *Cartas pras Icamíabas*, verificamos a especial atenção dada pelo enunciador/autor ao contexto social presente na cidade de São Paulo; às modificações econômicas ocorridas; e à supremacia do dinheiro, apresentado por Macunaíma como o “novo curriculum vitae da civilização”. Trata-se de uma afirmação feita através de observação diante das mudanças de comportamento vividas na época, já que a rapidez da industrialização e também da urbanização da capital paulista aconteceu em função das atividades desenvolvidas pelos imigrantes italianos, sobretudo.

A referida carta, dirigida “Às mui queridas súbditas nossas, Senhoras Amazonas”, é assinada por Macunaíma, que se denomina “Imperador” no novo contexto que vive. Percebemos que, ao se colocar na condição de falsa autoridade, o herói pícaro deflagra fragilidade e necessidade de esconder-se atrás de um título para continuar sendo “herói de nossa gente”. Apresentamos fragmento da carta que apresenta crítica ao Estado, ao dístico da Bandeira nacional e à gestão da política

social e econômica - ao mesmo tempo em que retoma velhos e conhecidos problemas da maioria do povo brasileiro à mercê da exclusão social.

Assim tão bem organizados vivem e prosperam os paulistas na mais perfeita ordem e progresso; e lhes não é escasso o tempo para construírem generosos hospitais, atraindo pra cá todos os tipos de leprosos sulamericanos, mineiros, paraibanos, peruanos, bolivianos, chilenos, paraguaios... Porém, senhoras minhas! Inda tanto nos sobra, por esse grandioso país, de doenças e insectos por cuidar!... Tudo vai num descalabro sem comedimento, estamos corroídos pelo morbo e pelos miriápodes! Em breve seremos novamente uma colônia da Inglaterra ou da América do norte!... Por isso e para eterna lembrança desses paulistas, que são a única gente útil desse país, e por isso chamados de Locomotivas, nos demos ao trabalho de metrificarmos um dístico, em que se encerramos os segredos de tanta desgraça: “POUCA SAÚDE MUITA SAÚVA, OS MALES DO BRASIL SÃO” (ANDRADE, 2004, p. 78-79).

Discini (2005, p. 284) enfatiza que “descrever o *ethos* é viabilizar a identificação dos temas e figuras do discurso, em função de valorizações de valores, próprias a determinadas formações sociais, que orientam o modo de presença do sujeito no mundo”. O Capitalismo, sistema econômico adotado pelo país, pode ser considerado um conector isotópico em *Macunaíma*.

A relação do homem com o trabalho é explorada em vários momentos da obra e nos é apresentada de maneira ambígua. Macunaíma desdenha de quem trabalha, mas não trabalha porque a sua cultura o havia caracterizado como um herói-mito, já que era descendente indígena. Embora o personagem, no desenvolver da história, apresente modificações e partilhe das “máquinas da cidade”, Macunaíma nega, através da sua recusa ao trabalho, a cultura imposta pelo estrangeiro. “Ter de trabucar, ele, herói... Murmurou desolado: – Ai que preguiça!” (ANDRADE, 2004, p. 41).

Kothe explica que o pícaro é uma caricatura avessa do Capitalismo – a começar pelo fato de ele não ter capital. “O pícaro, percebendo as relações de produção como uma máquina de moer carne humana, procura tirar o corpo fora e dançar à beira do abismo” (1987, p. 48). Assim, nosso herói pícaro não dá conta do trabalho:

Porém entrando nas terras do Igarapé Tietê adonde o burbom vogava e a moeda tradicional não era mais cacau, em vez, chamava arame contos contecos mil réis borós tostão duzentorréis quinhentorréis, cinquenta paus, noventa bagarotes, e pelegas cobras xenxéns caraminguás selos bichos-decoruja massuni bolada calcáreo gimbra siridó bicha e pataracos, assim, adonde até liga pra meia ninguém comprava nem por vinte mil cacaús. Macunaíma ficou muito contrariado. Ter de trabucar, ele, herói [...] Murmurou desolado: - Ai! que preguiça! [...] (ANDRADE, 2004, p. 41).

No capítulo XVI, durante mais uma aventura de Macunaíma, o herói pede água para trabalhadores que estavam “destruindo formigueiros para construir um açude”. Como não havia água, deram raiz de umbu. “O herói matou a sede dos legornes, agradeceu e gritou: – Diabo leve quem trabalha” (ANDRADE, 2004, p. 148). No capítulo seguinte, o personagem é “obrigado” a abandonar a tapera “cuja última parede trançada com palha de catolé estava caindo” (ANDRADE, 2004, p. 151).

Todas essas passagens podem ser embasadas na observação de Proença (1978, p. 12): “Esse espírito de aventura do brasileiro, contrapondo-se ao trabalho, não é invenção de Mário de Andrade, mas observação de sociólogos eruditos falando sério, mestres como Sérgio Buarque de Holanda”. Macunaíma é apresentado como representante legítimo de nossa terra. Essa afirmação ganha sentido de verdade ao ser reiterada durante toda a narrativa por conta da enunciação adotada, (enunciação

enunciativa) que posiciona o enunciador, que adere ao discurso, ganha força e concretiza o efeito persuasivo destinado ao enunciatário.

A fuga e a recusa ao trabalho são recorrentes em toda a narrativa. A transgressão às normas impostas pode ser entendida como um novo perfil do personagem picaresco, que o faz sem nenhum caráter e ganha relevância, se comparado a alguns aspectos arquitetados pelo Estado-Nação - que se apresenta com a promessa de organizar o País e colocá-lo no mesmo ritmo das nações desenvolvidas. Sabe-se que a grande maioria dos brasileiros não tinha alcance para compreender ou vislumbrar o que seria necessário fazer para que mudanças estruturais pudessem, de fato, ocorrer no País. Macunaíma, representante da nossa gente, nega-se às condutas propostas pelo Estado⁴³. Afinal, a presença do Estado e a nova ordem econômica não fazem parte de sua cultura. A partir dessa constatação, o desenrolar da malandragem, o jogo de cintura e a ausência de caráter podem ser entendidos como recursos que garantem a sobrevivência do herói no cenário urbano.

O “jeitinho brasileiro” é, na verdade, o que sobrou da desconstrução da figura herói. Derridá (1971, p. 235) nos lembra que: “Trata-se de colocar expressa e sistematicamente o problema do estatuto de um discurso que vai buscar a uma herança os recursos necessários para a dê-construção dessa mesma herança”. Em Macunaíma não cabia mais a heroicidade imputada ao índio, tampouco as novas modulações acrescentadas à figura de Tiradentes pelo Estado-Nação. Assim, a malandragem foi traduzida na astúcia do herói como único caminho para obtenção de êxito. É com esse seu modo tão característico que desenvolve e apresenta táticas de

⁴³ Mário de Andrade se vale da história nacional para mostrar decisões intransigentes tomadas pelo Estado. O personagem Macunaíma se nega a obedecer ao Governo, tal quais os brasileiros na Revolta da Vacina, em 1904.

forma contínua, mesmo quando o foco é o que mais lhe interessa. Todo o pensamento gira em torno do modo de burlar regras e sobrepor-se ao já estabelecido.

Em determinada passagem da obra, Maanape propõe a Macunaíma viagem para Europa, com intuito de resgatar a pedra muiraquitã, a grande meta do herói. Mesmo sem dinheiro, imagina que Macunaíma possa ir, desde que finja ser pianista, e assim “... arranja uma pensão do governo e viaja sozinho” (ANDRADE, 2004, p. 106). Na sequência, o personagem responde: “Finjo de pintor que é mais bonito”. Não conseguindo viajar, diz: “Paciência, manos! Não! Não vou na Europa não. Sou americano e meu lugar é na América. A civilização europeia decerto escolhamba a inteireza do nosso caráter” (ANDRADE, 2004, p. 108). Percebemos a sutil crítica de Mário manipulada pela enunciação, que se estende à ideia de América e ao comportamento dos estrangeiros frente ao pensar/fazer de Macunaíma.

Através da seleção vocabular como, por exemplo, a seleção da palavra manos, é possível perceber, além da intencionalidade, também a eficácia do emprego da primeira pessoa, característica da enunciação enunciativa, já que possibilita que o personagem se dirija diretamente ao enunciatário, envolvendo-o afetivamente e conduzindo-o à persuasão. Podemos verificar isso, também, na parte em que o herói foge da mulher do gigante, no capítulo XI, “A Velha Ceiuici”. Depois de se ver em apuros, o herói pede carona para tuiuí, “que se transformou na máquina aeroplano” (ANDRADE, 2004, p. 102). Quando chegou à porta da pensão, disse:

– Olha, primo, pagar não posso não mas vou te dar conselho que vale ouro: neste mundo tem três barras que são a perdição dos homens: barra de rio, barra de ouro e barra de saia, não caia!
Porém, estava tão acostumado a gastar que esqueceu-se da economia. Deu dez contos pro tuiuí, subiu satisfeito pro quarto e contou tudo pros manos já muito ressabiados com a demora (ANDRADE, 2004, p. 102).

A inclusão de certos hábitos que terminaram singularizando os habitantes do País, como tomar banho, jogar truco e futebol, beber café e pinga, está presente na enunciação. A expressão “beber pinga pra refrescar” é recorrente. “Trazia sempre num bolso do paletó uma garrafinha de pinga presa ao puíto com uma corrente de prata” (ANDRADE, 2004, p. 119). O herói é apresentado à bebida com intuito de “ganhar forças”.

Grande parte do pensamento do personagem e suas ações giram em torno da vantagem que pode obter, do “jeitinho que pode dar” para levar vantagem. Macunaíma é pícaro e se empenha em raros momentos, como na busca de seu objetivo que é resgatar a pedra muiiraquitã, mas, ainda aí, a esperteza vigora. “Imaginou, imaginou e ali pelas quinze horas teve uma ideia. Resolveu enganar o gigante” (ANDRADE, 2004, p. 50). Para tanto, o herói finge ser uma francesa e não mede esforços na caracterização, fazendo questão de usar todos os “pares de bonitezas” que encontra. Com isso, fica evidente a perspicácia do herói que conecta, ao episódio, uma crítica destinada às mulheres urbanas da época, sobretudo às francesas, já que lançam mão de artifícios para a sedução. Macunaíma também zomba da leviandade e da falta de percepção do gigante diante do que era óbvio: o herói encenava, era uma fraude, finge novamente.

“Será que o gigante imagina que eu sou francesa mesmo!” (ANDRADE, 2004, p. 52). Essa exclamação abre uma discordância entre o enunciado e o ato da enunciação. Macunaíma entrega o jogo ao gigante exatamente nesse instante: deu a entender e mostrou, não disse, mas exprimiu não ser uma francesa.

É também, nessa passagem, contida no capítulo VII, denominado “Macumba”, que nos é apresentado o *ethos* do macho, representado pelo enunciado do gigante que, ao ouvir o convite da francesa “negociar máquina negócios”, solicita sua presença no mesmo instante, já que a mulher e as filhas não estavam. “Ele sentou mui rente da rede da francesa, muito! E falou murmurando que com ele era oito ou oitenta, não vendia não emprestava a pedra mas também era capaz de dar ‘conforme’” (ANDRADE, 2004, p. 56).

A pedra muiiraquitã, objeto de valor do herói, pode ser interpretada como a ponte entre o presente e o passado do herói. A pedra também iconiza a cultura brasileira, composta pelas três raças: índio, negro e branco. É o objeto mais estimado de Macunaíma, que representa a lembrança de Ci, da floresta, e vai parar nas mãos do “gigante”, um “regatão peruano, integrante de uma civilização diferente da qual vivia Macunaíma, que “enriquecera e parava de fazendeiro e baludo lá em São Paulo” (ANDRADE, 2004, p. 37).

A busca de Macunaíma por sua muiiraquitã promove o confronto do herói com novas situações, aproximando-o das máquinas e, de certo modo, sendo absorvido por elas. Esse novo cenário, repleto de modificações, deixa o herói com a "inteligência perturbada" e o leva a refletir a respeito do que presencia. No fragmento extraído da obra de Mário de Andrade, é possível verificar a alteração cultural que o herói tem diante de si, e também o único modo que encontrou para enfrentar - foi através do malabarismo, do "jeitinho" que o coloca como metáfora dos seus compatriotas, envolvidos na mesma situação.

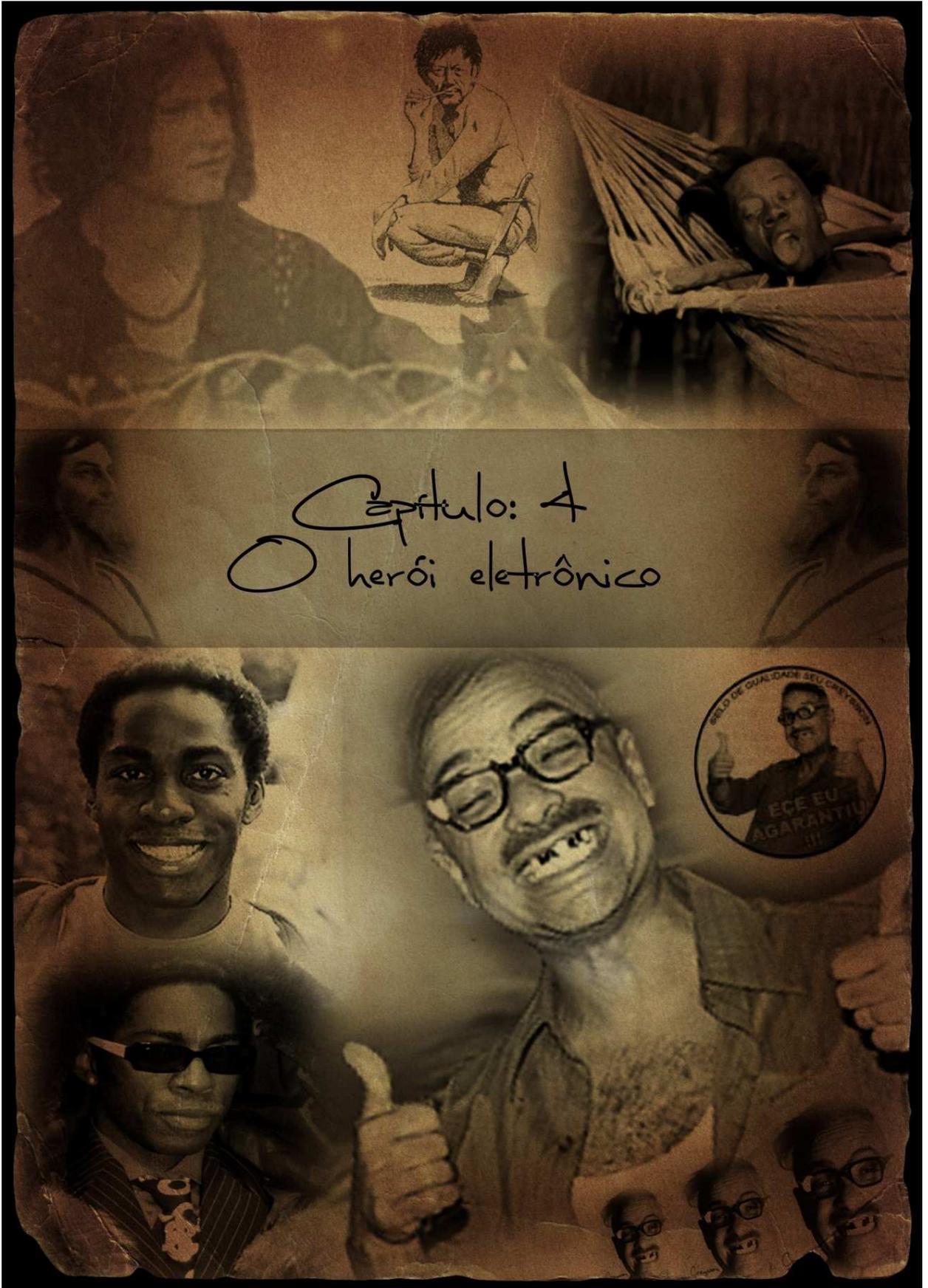
Macunaíma passou então uma semana sem comer e nem brincar, só maquinando nas brigas sem vitória dos filhos da Mandioca com a Máquina. A máquina era que matava os homens, mas eram os homens

que mandavam na máquina [...] constatou pasmo que os filhos da mandioca eram os donos sem mistério e sem força da máquina sem mistério sem querer ser fastio, incapaz de explicar as infelicidades por si [...] a máquina deveria ser um Deus de que os homens não eram verdadeiramente donos só porque não tinham feito dela uma lara explicável, mas apenas uma realidade do mundo. De toda essa embrulhada, o pensamento dele sacou bem clarinha uma luz: Os homens é que eram máquinas e as máquinas é que eram homens (ANDRADE, 2004, p. 43).

Macunaíma nasce na tribo, cresce praticando rituais, além das travessuras. Na maturidade, vai para cidade, tenta ser feliz driblando regras e encontra soluções inovadoras para questões e temas sociais que o afetam. Tem a capacidade de transformar o inusitado em usual e habitual, em uma tentativa, às vezes, ambígua de se manter, ao menos em parte, o herói de nossa gente. A cidade é lócus de confronto cultural/social que faz com que o herói pícaro vá, progressivamente, sucumbindo aos contrastes que vê e, no momento em que percebe sua decadência, quando não dá conta para viver daquela forma, vira estrela.

Assim, quando pensamos na formação de um tipo nacional, no resgate e na formação da cultura brasileira, percebemos que a obra deixa brecha para a possibilidade de mudanças, já que o herói não morre efetivamente, vai para o céu ser “brilho inútil”, mas que pode ser resgatado e ter nova trajetória. A obra literária, ao apresentar uma nova leitura da realidade nacional, através da personagem picaresca/amoral estabelece mediação pautada nas transformações implementadas por conta do progresso técnico, ao mesmo tempo em que desmascara valores propalados pela República e pelo Positivismo. Macunaíma derruba o discurso de que o progresso implementado teria sido para todos e instaura outro discurso de largo uso na construção midiática do herói nacional. Altera-se o roteiro traçado pelo Estado

onipotente e, a partir de então, esse herói está jogado à própria sorte de autoconstruir-se, destruir-se para ser possível a renovação.



4 O HERÓI ELETRÔNICO

Sabe-se que foi nos anos 50 que o empresário Assis Chateaubriand trouxe o primeiro aparelho de televisão para o Brasil⁴⁴. Em menos de três décadas, a TV tornou-se o principal meio de comunicação, dada sua difusão, incentivada pelo Estado, e sua aceitação por parte dos telespectadores. O fato é que a novidade “som e imagem em movimento” fazia da televisão um equipamento fascinante, que rompia distâncias e propiciava a visualização de conhecidas e de novas paragens. O veículo valeu-se da experiência do rádio para formulação de notícias e também das radionovelas que, na emissora televisiva, tomavam outra forma - ao apresentar o cenário e a face dos artistas já famosos, alimentando a incipiente indústria do entretenimento e, também, os anseios da população em obter o equipamento. A televisão foi um sucesso⁴⁵.

⁴⁴ A primeira emissora de televisão foi a TV Tupy, canal 3. A inauguração ocorreu em 18/09/1950, em São Paulo. De acordo com Borelli e Priolli (2000, p. 95-96), a TV Tupy de São Paulo foi a primeira emissora da América Latina e a quarta do mundo.

⁴⁵ De acordo com Mattos (2002), estima-se que, em 1956, a audiência da televisão já atingia 1,5 milhão de telespectadores. Em 1957, o País contava com 10 emissoras em operação. Em 1960, o número dobrou e em 1964 totalizava 34 emissoras. Em 1978, ainda segundo o autor, estima-se que havia mais de 14 milhões de aparelhos. Em 1980, o país ocupava o sexto lugar no *ranking* mundial em número de televisores e computava 113 emissoras. Em 1998, havia 263 emissoras geradoras de TV aberta e 3.794 retransmissoras. De acordo com o IBGE (2009), em 2008, o rádio estava presente em 88,9% dos domicílios brasileiros e a televisão em 95,1%.

Embora o modelo comercial tenha sido adotado para a gestão da televisão no País, o Estado percebeu a oportunidade de obter ganhos políticos se ficasse responsável por determinar quem passaria a contar com o privilégio de ter uma emissora de televisão, e essa realidade foi determinante para concretizar os investimentos necessários para que as redes de transmissão fossem expandidas⁴⁶. A grande questão, que ainda se tentava resolver, era antiga - havia urgência em promover a sedimentação do País e a televisão representava excelente possibilidade, tanto para a adoção de políticas implementadas como para a alteração de hábitos e comportamentos⁴⁷, mudanças desejadas para alavancar o consumo, sustentáculo do modelo econômico adotado pela Nação. Além disso, sob a perspectiva de uma mediação oficial, a televisão mostrava-se bem mais atrativa que os outros suportes midiáticos. Afinal, a mensagem poderia ser expandida para qualquer parte do País e entendida por todos - não dependendo de um público alfabetizado, especificamente⁴⁸.

⁴⁶ A expansão do novo suporte midiático era também uma clara tentativa de acompanhar resoluções externas. Mattos (2002) afirma que, nos anos sessenta, tanto a UNESCO como os Estados Unidos estavam aconselhando a utilização dos meios de comunicação de massa para promover o desenvolvimento nacional. “Países desenvolvidos como os Estados Unidos serviam de modelo para os subdesenvolvidos ou em processo de desenvolvimento. É bom lembrar que, durante os anos cinquenta e sessenta, o conceito de desenvolvimento era centrado no crescimento econômico e na industrialização considerada como principal fator de desenvolvimento” (MATTOS, 2002, p. 27).

⁴⁷ Getúlio Vargas viu no futebol a chance de popularizar seu governo e fomentar a “unidade” nacional com a promoção de um esporte que seria praticado e apreciado de norte a sul. Vargas incentivou a construção de estádios e promoveu a Copa do Mundo em 1950. A modalidade esportiva foi introduzida no Brasil por funcionários de empresas inglesas, no final do Século XIX e logo virou esporte da elite dada a adesão de jovens brasileiros que iam estudar na Inglaterra, sobretudo na Europa. Somente em 1920 os negros foram aceitos pelos clubes como jogadores profissionais. O Carnaval também não tem origem nacional. Foi introduzido no País por volta do Século XVII. No Século XX, foi impulsionado pelas marchinhas, difundidas pelo rádio.

⁴⁸ Vale lembrar que a primeira mediação oficial em torno da figura do herói nacional, o índio, foi feita pelo governo português e tomou forma na literatura, no movimento romântico - restrito aos leitores com acesso à informação letrada, parcela diminuta da população.

Dessa forma, os valores nacionais poderiam ser trabalhados, tendo em vista o Brasil do Século XX, em um meio de comunicação tão inovador quanto a construção da nova capital política do País e o Plano de Metas implementado⁴⁹.

A televisão tem sido investigada sob vários aspectos: econômico, social, político, estético, histórico e tecnológico, na perspectiva discursiva - da dramaturgia ao telejornalismo, entre outros⁵⁰. Para essa pesquisa, extraímos personagens que trazem, em sua composição, reflexos da história social do País e deflagram características que, por meio da mediação eletrônica, desmascaram (satirizam) a pretensa necessidade do herói nacional, além de sintetizar parte do contexto histórico no qual estão inseridos. São elas: Foguinho, extraída da telenovela *Cobras & Lagartos* (2006) e Seu Creysson (2002), personagem alçada à presidência do País, que integra o Programa *Casseta & Planeta, Urgente*. Antes de analisá-las, é necessário tecer algumas considerações a respeito da televisão, suas características e estratégias, para influenciar o público, e também a Rede Globo, emissora que apresentou as respectivas personagens.

Por conta da adesão das emissoras, em relação à mediação oficial promovida pelo Estado - feita com pronunciamentos, inserções publicitárias, pautas e fotografias, para a elaboração de matérias jornalísticas - somada à lógica do mercado,

⁴⁹ O Plano de Metas foi implementado, em 1956, pelo presidente Juscelino Kubitschek. O objetivo era “crescer 50 anos em cinco”. Para isso, com capital estatal, privado nacional e estrangeiro, foram destinados recursos para abertura e pavimentação de estradas, extração de petróleo e construção de hidrelétricas, construção civil e alimentícia. Embora tenha ocorrido modernização da indústria de base, o País contraiu expressiva dívida internacional. Internamente, a inflação registrou índices alarmantes. Também houve êxodo rural. Para estimular a indústria, Antonio Delfim Neto, Ministro da Fazenda dos governos de Costa e Silva (1967-1969) e Garrastazu Médici (1969-1974), expandiu o sistema de crédito ao consumidor e garantiu à classe média o acesso aos bens de consumo duráveis. O declínio dessa estratégia econômica começou a ser verificada desde 1973. Em 1979, apenas quatro por cento da população economicamente ativa de São Paulo e Rio de Janeiro ganhavam mais que dez salários mínimos por mês.

⁵⁰ Várias pesquisas realizadas são decorrentes das considerações feitas por muitos integrantes da Escola de Frankfurt que viam a utilização do aparelho como forma de direcionar as massas para adesão a políticas vigentes e para o consumo.

com venda de produtos e propagandas consideradas abusivas, a televisão foi tachada de ser um meio de comunicação manipulativo. A afirmação compreensível, dado o fato de a televisão no Brasil, e também em outros países da América Latina, ter sido utilizada, enfaticamente, como instrumento de propaganda política.

Em *Na pele da Cultura*, Kerckhove (1997), quando aborda o imaginário na TV, vale-se da pesquisa e da participação em uma das experiências, promovidas pelos pesquisadores Steven e Rob Kliner, que comprovaram a influência da televisão, sobre o corpo humano, ser maior do que se imaginava até então. A experiência consistiu na exibição de imagens, de quadros elaborados por tempo determinado, durante 20 minutos, que registravam alterações corporais através do emprego de sensores e de um computador. O autor também se valeu dos estudos empreendidos por McLuchan, ao dizer que a TV não produz ao nível do conteúdo, mas ao do próprio meio. Também com relação à dimensão tátil que ele atribuía ao veículo, por Sturn que afirma que nos é negado o tempo necessário para integrarmos a informação ao nível de consciência completo, por Slopek ao fazer considerações a respeito do colapso do intervalo que eliminaria o efeito de distanciamento, intervalo entre estímulo e reação - e o tempo para processar a informação no nosso consciente e por Gendlin que abordou o sentido presentificado, entre outros nomes, para posicionar-se:

Defendo que interpretamos os gestos, as posturas e as expressões na TV com uma espécie de reação submuscular visível na tensão e distinção dos músculos... O sentido pressentido raramente é consciente ... mas em segundo plano regula e condiciona a nossa reação global aos acontecimentos diários (KERCKHOVE, 1997, p. 42-43)

Kerckhove, portanto, admite que a televisão atua inconscientemente sobre o receptor, levando-o a adaptar-se ao que é periodicamente exibido. Isso explicaria o hábito a modelar o cotidiano (de parcela significativa da população) a determinados discursos e comportamentos pautados pela mídia, o que viria a se confirmar através de um modelo mercadológico dominado pela indústria cultural. Nesse sentido, o autor também se reporta ao consumo e ratifica a afirmação do crítico televisivo e publicitário executivo Schwartz, ao dizer que a televisão é uma janela sobre o consumidor e não sobre o mundo. Caparelli (1982) salienta que a TV é um dos sustentáculos da Indústria Cultural que amplia o “mercado consumidor”. Para o pensador francês Bourdieu (1997, p. 37), “há hoje uma mentalidade-índice-audiência nas salas de redação, nas editorias. Por toda a parte, pensa-se em termos de sucesso comercial”. Percebe-se que o sucesso comercial está associado ao seu bom desempenho na indústria cultural que tudo agencia, inclusive o modelo de herói nacional.

Sabe-se que o termo Indústria Cultural foi utilizado, pela primeira vez, por Adorno e Horkheimer na obra *Dialética e Iluminismo*, publicada em 1947. Para os autores, que também integraram o grupo de pesquisadores que fizeram parte da Escola de Frankfurt (*Institut für Sozialforschung*), a reprodução dos produtos culturais ocasionaria a padronização com a finalidade de obtenção do lucro e do controle social. Para Adorno (*apud* WOLF, 2001, p. 87), “a sociedade é sempre vencedora e o indivíduo não passa de um fantoche manipulado pelas normas sociais”. Mas a indústria cultural era vista sob outro prisma por Walter Benjamim, também integrante da Escola de Frankfurt, e considerado por Francisco Rüdiger (in HOLFELDET, 2001, p. 134) ao lado de Kracauer, como proto-frankfurtiano, já que

supunha ser “próprio do progresso técnico uma capacidade de revolucionar a arte”. É Rüdiger quem explica, de forma sintética, parte do pensamento dos autores:

Para ambos (Benjamim e Kracauer), o capitalismo criara sem querer as condições para uma democratização da cultura, ao tornar os bens culturais objeto de produção industrial. A socialização dos meios de consumo estava virtualmente completada com a distribuição em massa de discos, filmes e impressos (RÜDGER in HOLFELDT, 2001, p. 135).

De acordo com Mattelart, a indústria cultural “fornece bens padronizados para satisfazer às numerosas demandas, identificadas como distinções às quais os padrões de produção devem responder” (2002, p. 77). Bolaño (2000, p. 167) tem uma visão particular, pois, para ele, a indústria cultural “presta-se mal” ao processo de valorização do capital. “Isso porque, aos olhos do consumidor, o produto cultural é marcado pela personalidade dos trabalhadores que participam de sua elaboração”. Ele entende que seu valor de uso traz três consequências: aleatoriedade da valorização, limites à reprodutibilidade e diversidade das condições de valorização. Não é objetivo desta pesquisa aprofundar questões particulares referentes à indústria cultural, mas, através das personagens que serão investigadas, demonstrar a competência, por parte das emissoras de televisão, em aproveitar todos os mecanismos possíveis, disponibilizados pela indústria cultural, em função do desenvolvimento tecnológico, para externar a imagem de seus personagens (e programas) o máximo possível.

A principal emissora do País, a Rede Globo, iniciou suas atividades em 1965, durante o Regime Militar, sob a presidência de Castelo Branco. Desde o início, percebe-se a existência de expressivo acordo de cavalheiros entre a Direção da

Emissora e o Governo⁵¹, dada a condescendência da Globo a imposições de censura⁵² e a condução de assuntos políticos determinantes para o País⁵³, o que comprova a continuidade oficial, embora cada vez mais questionada, na medida em que a grade de programação abria, aos poucos, espaço para a produção nacional. Cabe registrar que, na época em que as emissoras de televisão começaram a operar no País, não havia estúdios/ equipamentos e nem equipe técnica para a produção de grade feita com programas nacionais. Boa parte das emissoras brasileiras contou com produção norte-americana que contribuiu para a adoção do modelo/formato de programas que, progressivamente, passaram a ser consumidos/adotados pelos telespectadores. Ribeiro (2009), no artigo *Televisão Fechada no Brasil*, (in GALÁXIA, nº 17, PUC/SP, junho de 2009), confirma a influência norte-americana no gosto do telespectador brasileiro, pois os programas de maior audiência na televisão fechada são todos de origem norte-americana.

Entretanto, em meio à programação norte-americana já inserida, profissionais de diversas áreas eram convidados a contribuir, mesmo que de modo marginal,

⁵¹ Em a *História Concisa do Brasil*, Bóris Fausto (2006, p. 268) afirma que: “Em 1960, apenas 9,5% das residências urbanas tinham televisão: em 1970, a porcentagem chegava a 40%. Por essa época, beneficiada pelo apoio do governo, de quem se tornou porta-voz, a TV expandiu-se até se tornar rede nacional e alcançar praticamente o controle do setor. A propaganda governamental passou a ter um canal de expressão como nunca existiria na história do país”.

⁵² O AI5 foi uma medida tomada para controlar o conteúdo das mensagens veiculadas, restringir críticas e manipular a população menos esclarecida politicamente. “A partir do AI5 ficou proibitivo protestar legalmente no Brasil. Os políticos opositores que sobreviveram às cassações não poderiam sequer fazer discursos inócuos no Parlamento. A imprensa passou a ser censurada e a perseguição política chegou às universidades. Desesperados, os que insistiam em se opor ao regime seguiram o único caminho que lhes parecia possível: o da luta armada” (CALDEIRA, 1997, p. 324).

⁵³ Vários foram os momentos em que a TV Globo manipulou a opinião pública. Em 1984, a emissora boicotou as manifestações pelo voto direto, em São Paulo. Nas eleições de 1989, no debate político relativo ao segundo turno, a edição privilegiou o candidato Fernando Collor de Mello (PRN). A Emissora sempre registrou expressivo crescimento. Em 1972, a Globo fechou o ano como a maior rede do País, com 36 emissoras afiliadas e centenas de retransmissoras. Em 1999, a Globo tem 107 emissoras afiliadas e é vista por 99,84% dos 5.043 municípios brasileiros. Em 2001, a Globo é a maior produtora mundial de programas próprios e com elevado grau de digitalização das infraestruturas de produção (MATTOS, 2002).

para a elaboração de conteúdos informativos e/ou para a produção de programas destinados ao entretenimento.

Nessas produções, muitas de cunho humorístico, foram reveladas personagens que contrariavam a mediação oficial, ao evocarem antigas questões sociais, sempre prementes e nunca resolvidas, que assolam o brasileiro. Um dos grupos que revolucionou a televisão brasileira foi capitaneado por Guel Arraes que elaborou e fomentou várias atrações⁵⁴; entre elas, o Programa *Casseta & Planeta Urgente!*. Dramaturgos também são destaque nas grandes emissoras de televisão, pois conseguiram fazer com que a novela fizesse parte da rotina de parcela significativa dos brasileiros, ao apresentarem histórias capazes de estabelecer vínculo com o imaginário social, aliando realismo e fantasia.

Antes de finalizarmos a abertura deste capítulo, vale voltar a Kerckhove (1997), que, ao escrever sobre o poder do aparelho, diz que o telespectador teria o papel de complementar as imagens exibidas, fazendo generalizações a partir de algumas pistas. Acrescenta que “ao mesmo tempo programadores e montadores aprenderam a aproveitar a nossa prontidão em preencher as brechas. Isto não implica que estejamos a fazer sentido, estamos apenas a fazer imagens” (KERCKHOVE, 1997, p. 48). Fazer imagens, a partir do que o autor nos coloca, somado às constantes pesquisas de audiência, revela que, ao telespectador, foi delegada outra função que ultrapassa seu papel de fazer imagem, para construir o sentido do que se enuncia. Espera-se que ele auxilie no processo de continuidade dos personagens e, e em

⁵⁴ Fechine (2008) considera Miguel Arraes de Alencar Filho (Guel Arraes) um inventor de produtos e de estratégias de produção de audiovisuais. Nos anos 80, valendo-se da experiência obtida na cena cultural alternativa - e dos conhecimentos cinematográficos obtidas na França -, criou programas com formatos inéditos, como *Armação Ilimitada* e *TV Pirata*. Mais tarde, nos anos 90, participou da retomada do cinema brasileiro com a convergência inédita de duas minisséries em filmes: *O auto da compadecida* e *Invenção do Brasil*. Para saber mais sobre a biografia de Guel Arraes e sua obra, sugerimos a leitura da obra *Guel Arraes: um inventor no audiovisual brasileiro*, obra editada por Alexandre Figueiroa e Yvana Fechine, Recife: CEFE, 2008.

alguns casos, que ajude roteiristas e romancistas na composição de suas narrativas através de informações obtidas em pesquisas de recepção e aferições referentes aos índices de audiência.

4.1 MACUNAÍMA, DA TERRA DAS ICAMIABAS À LUXUS

A telenovela *Cobras & Lagartos*⁵⁵ somou 179 capítulos e foi exibida, pela Rede Globo de Televisão, de 24/04 a 17/11 de 2006. Escrita por João Emanuel Carneiro⁵⁶, com direção geral de Wolf Maya, a novela tinha a missão de, no mínimo, manter a audiência do horário das 19 horas na Emissora. *Cobras & Lagartos*, literalmente, caiu no gosto popular com média de IBOPE de 44 pontos, garantindo a viced liderança das novelas mais assistidas no período em que esteve em exibição.

O sucesso foi o resultado da reunião de um elenco talentoso, jovem em sua maioria, alicerçado em nomes consagrados da teledramaturgia⁵⁷, com direção

⁵⁵ A Emissora se especializou na produção de novelas, programa com grande aceitação pelos telespectadores. Em 1990, as telenovelas foram exportadas para 127 países. Cinco anos mais tarde houve a inauguração do Projac, maior centro de produções da TV na América Latina (MATTOS, 2002, p. 205). De acordo com Lopes (2010) em 2008, 16 dos 38 títulos produzidos no Brasil foram da Rede Globo.

⁵⁶ O texto de *Cobras & Lagartos* contou com a colaboração de Antônia Pellegrino, Denise Bandeira, Vicent Villari e Márcia Prates. Também ajudaram na direção Cininha de Paula, Claudio Boeckel e Marco Rodrigo. A novela foi protagonizada por Mariana Ximenes e Daniel de Oliveira e co-protagonizada por Lazaro Ramos, Taís Araújo, Carmo Dalla Vecchia e Cléo Pires.

⁵⁷ Marília Pera (Milu), Francisco Cuoco (Omar), Eliane Giardini (Eva), Herson Capri (Otaviano), Mara Manzan (Marilene), Odilon Wagner (Alberto), Elizângela (Schirley) Cássia Kiss (Henriqueta) e Milton Gonçalves (Jair) deram sustentação para os jovens artistas desenvolverem seus papéis: Carolina Diekmann (Leona), Mariana Ximenes (Bel), Lazaro Ramos (Foguinho) Taís Araújo (Ellen), Henri Castelli (Estevan), Daniel de Oliveira (Duda), Maria Maya (Sandrinha), Leonardo Miggiolin (Tomas), Nanda Costa (Madá), Carmo Dalla Vecchia (Luciano), Cléo Pires (Letícia), Tânia Kallil (Nikky), Iran Malfitano (Téo), entre outros.

primorosa, figurino e cenário atraentes, além do texto bem-articulado, recheado de elementos intertextuais, que promoveu vínculo com os telespectadores⁵⁸.

A Rede Globo investiu na divulgação da novela em outros programas da casa – que faziam referência a sua trama, seus artistas e personagens⁵⁹. Na página eletrônica da novela, foram disponibilizadas informações a respeito de novos capítulos, personagens, vídeos, história da novela, créditos, bastidores e um sistema de busca para encontrar textos e vídeos. Outras duas janelas somavam-se às que compunham a página: *you na novela* e *revista*. A primeira possibilitava ao internauta enviar *webcard* com imagem dos cenários-chave para a narrativa: o Saara⁶⁰, local de comércio popular da Cidade de Rio de Janeiro e da Luxus, empresa de artigos de luxo, localizada na zona nobre carioca. Também nesse espaço eram expostas mensagens e fotos dos telespectadores endereçados ao seu artista preferido. Além disso, estava disponível para *download* um protetor de tela com a logomarca da novela – tentativa de fazer com que *Cobras & Lagartos* se fizesse lembrada em outros momentos, além do horário estabelecido para exibição. Em *revista*, a linha de conteúdo seguia padrão eclético, contemplando entrevista de artistas, receitas culinárias de pratos exibidos na novela e dicas endereçadas à autoestima das telespectadoras, fazendo-as participantes do clima criado na novela.

Sem dúvida, como produto cultural sofisticado, a novela manteve elementos capazes de recrutar o imaginário dos telespectadores, dada a verossimilhança

⁵⁸ Santos (2010) em sua tese de doutoramento apresenta uma proposta de periodização da telenovela brasileira. De 1951 a 1968 estariam as novelas sentimentais, de 1969 a 1989 as novelas realistas, de 1990 a 2001 as novelas naturalistas, e de 2001 em diante, as novelas híbridas. Santos vale-se de Canclini para explicar o conceito de hibridação “entendo por hibridação processos socioculturais nos quais estruturas ou praticas discretas, que existiam de forma separada, se combinam para formar novas estruturas, objetos e praticas” (Garcia Canclini, 2003 pXIX).

⁵⁹ Programas como *Mais Você*, *Vídeo Show*, *Faustão*, *Altas Horas* e programas jornalísticos apresentaram matérias, promovendo a novela e os personagens protagonistas.

⁶⁰ Saara é a sigla de Sociedade dos Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega. Trata-se de uma área comercial, do Rio de Janeiro, de comércio popular.

apresentada. Rocha (2009), em sua tese de doutoramento, *Janela Indiscreta*, lembra que:

A adequação de elementos de linguagem, como cenários e figurinos, ao mesmo tempo presente, é acompanhada pela verossimilhança entre o enredo da telenovela e a vida de seus telespectadores, o que obedece a objetivos do mercado, entre os quais se destacam a obtenção do lucro e a ampliação da audiência. (ROCHA, 2009 p. 21)

Também pautada no mercado, a produção musical foi feita e ajustada à trama e ao gosto popular. A Rádio Globo, empresa do Grupo Globo, elaborou trilha sonora de 30 segundos para cada uma das faixas musicais, publicadas em três discos lançados pela novela, disponibilizados na página eletrônica de *Cobras & Lagartos*, na tentativa de fomentar a venda das coletâneas⁶¹: a telenovela se transforma em autopublicidade. Sabe-se que é prática da Emissora articular a produção junto ao mercado fonográfico com dois CDs: um, com músicas nacionais; e outro, com músicas internacionais. Em *Cobras & Lagartos*, foi produzido um CD extra, tendo em vista a *performance* e o sucesso de Foguinho, com referência ao Funk carioca, gênero musical de grande exposição na época: *Cobras & Lagartos Trilha Saara*.

Quem nunca deu boas gargalhadas por conta das aventuras de Foguinho? Aqui você vai ouvir as músicas que embalam os melhores momentos de Foguinho e de todos os personagens que vivem o dia-a-dia no centro do

⁶¹Já tecemos considerações a respeito da Indústria Cultural. Aqui apenas registramos que a coletânea das músicas privilegia poemas-canção de conhecimento do público. Nomes como Maria Lima (com Fullgas), Elis Regina (Alô, Alô Marciano) e Legião Urbana (Vento Sul) servem de ilustração. Menos da metade da trilha sonora nacional era desconhecida do público ou eram trabalhos inéditos dos compositores/intérpretes. A trilha internacional privilegia músicas difundidas pelas rádios e sucesso de artistas que estão com canções na lista das músicas mais tocadas pelas grandes rádios internacionais e nacionais.

Rio de Janeiro. Esta trilha Cobras & lagartos Saara utiliza o clima popular e a alegria, mantendo vivo o velho ditado “é disso que o povo gosta [...] (<http://cobraselagartos.globo.com/>).

Ao fazer convergir sua linguagem para outras mídias, a novela migra da televisão para outros territórios midiáticos e, como já dissemos anteriormente, reúne e explicita características de outros meios/suportes de comunicação como a revista impressa, o cartão-postal e o rádio. Há, portanto, transmediação: tradução de linguagens entre os meios, como forma de otimização da Indústria Cultural, já enraizada nos veículos convencionais de comunicação e, agora, inaugurando-se na Internet e em outras mídias de suporte digital. Cabe ressaltar que não se trata apenas de acrescentar conteúdo em uma plataforma eletrônica que já provou ser capaz de reunir tecnologias disponíveis e direcioná-las ao público em escala ascendente, como no caso da Internet⁶². Jenkins (2009) afirma que a convergência instaura um processo que altera a lógica dos consumidores, diante do processamento do conteúdo que está sendo apresentado, e o próprio entretenimento - torna-se cada vez mais evidente a confluência entre indústria (no caso, a Rede Globo), o entretenimento (Cobras & Lagartos) e a publicidade, na tentativa de fidelizar a audiência ao programa em destaque⁶³ - a novela - transmitida em horário determinado, há décadas, agendado por determinado público (ou boa parte dele) que acompanhou a trama durante oito meses.

De acordo com autor (2009, p. 113): “O conceito de televisão com hora marcada – planejar para chegar em casa num horário exato para assistir a

⁶² De acordo com o IBOPE (2010), em dezembro de 2009, o número de internautas no país era de 67,5 milhões. Vale registrar que os números são obtidos a partir de informações disponibilizadas por provedores, e servidores de email gratuito.

determinado programa – em breve será coisa do passado”. Jenkins, em *Cultura da Convergência* (2009), analisa, entre outros produtos, o reality show *American Idol*. Entre outras observações, fala a respeito da importância da fofoca – que podemos transpor para *Cobras & Lagartos* – uma vez que tenta-se, de várias formas, fazer com que se fale do produto. Sabe-se que a novela também é exibida pela indústria em torno das celebridades e das publicações que operam baseadas em fofocas. Com relação a fofocas Jenkins (2009, p. 124) salienta que o conteúdo específico da fofoca é, muitas vezes, menos importante do que os vínculos sociais “criados por meio da troca de segredos entre os participantes - e, por essa razão as funções sociais da fofoca mantêm-se quando tratam do conteúdo da televisão” (2009, p. 124). Para o autor, o que importa não é sobre o que se conversa, mas com quem se conversa, uma vez que a fofoca seria responsável por estabelecer uma base comum entre os participantes que trocam informações e concordam com relação ao que compartilham. Nesse caso, a fofoca não estaria relacionada e nem conservaria a nada de pejorativo; ao contrário, permite criar entre os ouvintes, uma sociabilidade que decorre de opiniões comuns – em foco a novela.

Quatro histórias entrelaçadas sustentam a trama de *Cobras & Lagartos*⁶⁴ e giram em torno da Luxus – empresa de artigos de luxo, fundada por Omar Pasquin, personagem interpretado por Francisco Cuoco. O empresário, que sabia estar rodeado de “cobras”, resolve encontrar alguém com “coração puro” para deixar seu patrimônio, quando descobre lhe restar pouco tempo de vida. Para isso, simula ser

⁶⁴ De acordo com o *site* da Emissora (<http://cobraselagartos.globo.com>), a novela gira em torno de quatro histórias: um milionário em missão (Omar procura um herdeiro e se transforma num faxineiro); entre o amor e uma farsa (Bel, noiva de Estevan – um dos vilões –, mas que se apaixona por Duda); o maior azarado (Foguinho, o jovem do Saara, que não gosta de trabalhar e que confia no destino para enriquecer e conseguir respeito e seu grande amor); e cercada por pecadores (Eva, uma mulher religiosa que se envolveu com um ladrão – pai de seus filhos –, dois trabalham na Luxus. Na tentativa de fazer os filhos não seguirem o caminho do pai, torna-se católica fervorosa e os batiza com nomes bíblicos).

outra pessoa e acaba assumindo a função de faxineiro de sua empresa, com o nome de Pereira. Ao conhecer Duda (interpretado por Daniel de Oliveira), decide deixar-lhe sua fortuna. Entretanto, sua herança vai parar nas mãos de Foguinho, homônimo, outro Daniel Miranda.

O personagem Foguinho, interpretado pelo ator Lazaro Ramos⁶⁵, interessantes por reunir traços que apontam para um ‘tipo’ genuinamente nacional. Elaborado a partir de elementos extraídos do contexto social, apresenta traços já imputados a outros personagens apontados nesta pesquisa. Podemos dizer que Foguinho traz uma “herança genética” que reitera características que vão contra as exigências do âmbito do trabalho: é acomodado, vale-se da sorte para que sua vida tome um rumo que considera exitoso.

De Jeca Tatu, o personagem televisivo extrai a falta de consciência para a melhoria de sua condição, cultural e econômica. Assim como o personagem lobatiano, Foguinho era acomodado e não dispunha de perspectivas atrativas, ao ponto de fazê-lo romper com a vida que levava. Do personagem de Mário de Andrade, Macunaíma, há certo “ar picaresco”, ao se valer da mentira e da chantagem para conseguir ser socialmente destacado, condição que lhe garantiria respeito e afeto. Outra similaridade com o personagem andradiano é a troca de espacialidades - Macunaíma sai da tribo e vai para a Cidade de São Paulo em busca da pedra Muiiraquitã; Foguinho deixa o Saara para viver em bairro nobre e dirigir a Luxus, empresa que comercializa artigos de alto padrão, para ter respeito e ser quem deseja de fato.

⁶⁵ Lazaro Ramos teve sua estreia nas novelas como Foguinho. O ator baiano, por sua atuação, foi indicado ao Emmy de 2007, prêmio norte-americano, o “Oscar da televisão”, como o melhor ator de interpretação na novela.

Entretanto, há diferenças entre Foguinho e Macunaíma. O personagem andradiano corresponde a uma clara crítica antropófaga ao provincianismo de valores e comportamentos, em nome do que seria genuinamente nacional. Foguinho, ao contrário, comercializa os valores decorrentes da “colonização” do padrão ditado pela mídia, com seus estereótipos de beleza e comportamentos. Além disso, Foguinho, ao mediatizar tais valores, pautados no capitalismo de consumo, mediatiza-se e acaba por expandir a carnavalização sustentada pela Indústria Cultural.

Dando continuidade às diferenças entre os personagens, ao contrário de Macunaíma, que só pensa em si quando pratica ações, Foguinho, com o avanço da narrativa, demonstra ter peso de consciência. Não propriamente por valer-se de uma herança que não lhe pertencia, mas por identificar pessoas do bem e vê-las sofrer por conta de sua mentira. Em muitos momentos, Foguinho sente-se paralisado, dada a falta de coragem para assumir seus erros, aliada ao temor que sentia diante da possibilidade de perder o carinho de seus pais e também Hellen, seu amor de adolescência. Esse dilema que ajuda a manter a trama instigante, vai sendo apontado em momentos preponderantes da narrativa e acompanha o personagem até os últimos capítulos da novela, momentos em que Foguinho se transforma e consegue, enfim, ter uma atitude heroica – final diverso, portanto, ao destinado a Jeca Tatu –, pois consegue alterar sua condição de fracassado e assumir o próprio destino, e também diverso de Macunaíma, que se torna estrela para simbolizar a esperança e a possibilidade de transformação. O regresso de Foguinho ao Saara expõe a necessidade de assumir sua identidade e condição, dada a impossibilidade de ser aceito e de sentir-se feliz em contexto diverso. Assim, recomeça a vida com Hellen

(também arrependida, destituída do deslumbramento da riqueza), de quem passa a receber afeto, verdadeira riqueza para Foguinho. Há, portanto, uma adesão midiática da personagem aos estereótipos do herói criado pela comercialização romântica de forte apelo receptivo com a consolidação de afetos, a constituição de uma família – laço difundido pelo Movimento Integralista⁶⁶ e divulgado pela mídia.

Diferente de Tiradentes, que tem sua imagem metaforizada àquela atribuída a Cristo, Foguinho é exibido com traços que o traduzem como representante dos brasileiros. O rosto moreno, associado às suas vestes, denota sua condição social, estabelecendo vínculo com a História nacional e, ao mesmo tempo, propagando crítica ao contexto social. O Foguinho é negro e, na condição em que é apresentado no Saara, reflete o passado difícil de sua raça, dado o desprezo político sofrido durante décadas⁶⁷. Ao contrário do caipira Jeca Tatu, o personagem sente-se infeliz e busca mudar sua condição. Assim, age tal qual Macunaíma, munido de esperteza e malandragem para conseguir o dinheiro que lhe traria respeito e afeto que tanto desejava. Foguinho quer se dar bem. Entretanto, depois de perder a fortuna, não consegue tolerar o fato de ser responsabilizado por outra tragédia que, dessa vez, poderia vitimar o verdadeiro Daniel Miranda, a quem tanto prejudicou no decorrer da narrativa. É com um grande feito, tal qual um herói presente no imaginário social, que Foguinho consegue transformar-se, obter redenção, admiração e encontrar a felicidade.

⁶⁶ Deus, pátria e família – essas eram as palavras-chave do Movimento Integralista, fundado por Plínio Salgado, em 1932. O homem valeria pelo seu trabalho e pelo sacrifício em favor da pátria e da família- era o que preconizava o Manifesto `a Nação, difundido pelo Movimento.

⁶⁷ De acordo com o IBGE, estima-se que, em 1800, cerca de 47% da população do País era composto por negros, 30% de mulatos e 23% de brancos. Cabe retomar a historiografia e pontuar que a política de imigração brasileira, no século XX, tinha os objetivos de trazer mão de obra qualificada e “branquear a população” com a entrada de europeus no País. Prova disso é o decreto nº 528, de 1890, assinado pelo presidente Deodoro da Fonseca. De acordo com o documento, a entrada de imigrantes da África e da Ásia seria permitida mediante autorização do Congresso Nacional.

Seguramente, o personagem caiu no gosto do público por seu carisma e pelas ações desenvolvidas, podendo ser entendido como tradução de muitos brasileiros: é generoso, avesso ao trabalho, mentiroso, mulherengo, vingativo e dissimulado. À margem de qualquer política de qualificação e inserção no mercado de trabalho, é dotado da crença de que, um dia, o destino lhe trará a oportunidade de mudar de vida. Foguinho personificou milhares de brasileiros que continuam à mercê da sorte. O herói nacional, que concretizava o Estado Forte e que ampararia seus cidadãos, tem reflexo em Foguinho no penúltimo capítulo da novela. O lema do herói eletrônico, expresso em Foguinho, de levar vantagem em tudo já se encontrava em Macunaíma, para quem o dinheiro era o “curriculum vitae” da nossa civilização. A redenção de Foguinho representa uma segunda chance, um recomeço de vida, pautado em outros valores.

4.1.2 Oposições reveladoras

Foi ao som da música *Alô, Alô Marciano*, famosa pela interpretação de Elis Regina, que cenas do cotidiano e de produtos que fazem parte do universo dos brasileiros foram exibidas na abertura da novela. Trata-se da apresentação de uma sequência de imagens como recurso comparativo, mas, ao mesmo tempo, persuasivo, na tentativa de estabelecer uma espécie de metanarrativa da trama, ao apresentar e delimitar as diferenças entre pobres e ricos, tendo o emprego da música como forma de vincular o público à trama, uma vez que atuou demarcando espacialidades e singularizando personagens.

Lojas populares caracterizadas pelo excesso de mercadorias; clientes e placas que sinalizam promoções foram mostradas, em oposição ao ambiente espaçoso e de poucas peças à mostra - clara mensagem de exclusividade e acesso somente para quem pode vestir-se regiamente. O mesmo foi feito com a questão da alimentação: o prato de feijão e arroz, alimento presente na culinária popular, é apresentado, generosamente servido, sobre a mesa que integra um restaurante modesto, com louças simples, sem toalha, em oposição a um prato que simula uma “porção à francesa”, em ambiente requintado.

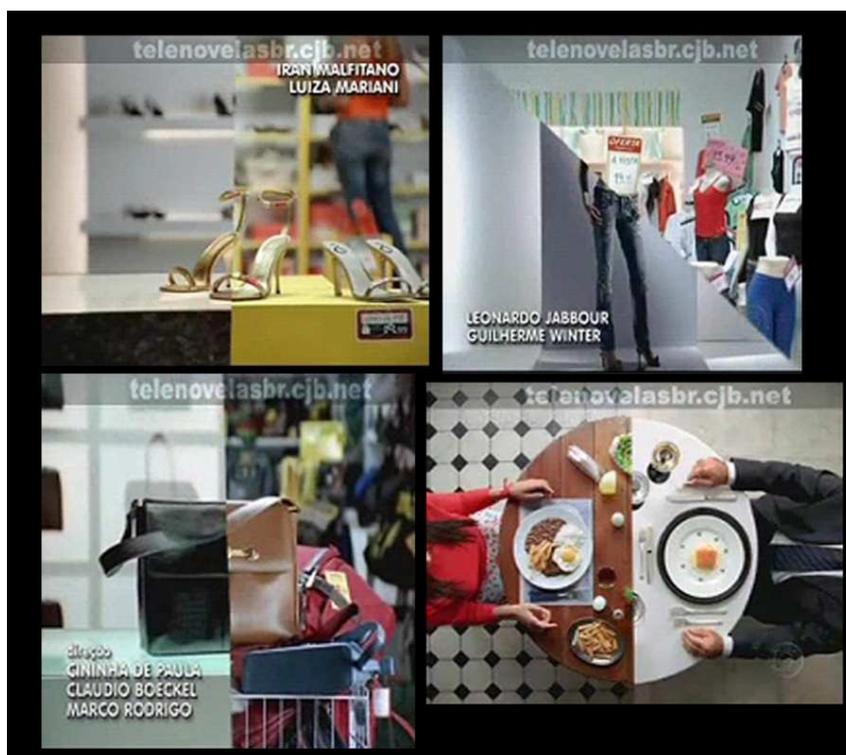


Figura 9

Comparativamente, também foi exposta toda a caracterização visual dos atores, que, de acordo com Ramos (2007, p. 169), é entendida como linguagem articulada que envolve o trabalho realizado sobre o corpo do ator: “com figurinos, adereços, penteados e maquiagens que moldam a sua aparência a fim de traduzir, em

matéria plástica, sensível e concreta os traços de caráter ficcionais em uma dada obra”. Os personagens da telenovela em questão podem ser interpretados nesse sentido: aqueles que estão centrados no Saara têm seu figurino confrontado com os que estão no circuito da Luxus.

Sabe-se que a metáfora conceitua através da imagem: representa através da imagem, para mostrar o que se conceitua. Em *Cobras & Lagartos*, percebe-se que a metáfora é um elemento importantíssimo, utilizado para apresentar, delimitar, segregar e, ao mesmo tempo, revelar diferenças entre espacialidades, como polos culturais. Em relação ao Saara e à Luxus, ancoram-se elementos metafóricos e ideológicos que operam através de imagens extraídas do cotidiano dos dois espaços já vinculados ao imaginário coletivo. O nome dado à telenovela, *Cobras & Lagartos*, denota relação metafórica e de tensão de claro domínio popular, polarizando os personagens integrantes da trama. “As cobras” estariam relacionadas aos personagens ambiciosos e “os lagartos” – como a própria narrativa apresenta no decorrer dos capítulos – estariam relacionados aos que eram honestos e trabalhadores, vinculados ao personagem do bem e injustiçado, o Duda, verdadeiro Daniel Miranda.

A trama inicia com Foguinho no Saara, onde era homem-sanduíche na loja de penhor de seu pai. Embora migre para um contexto repleto de ostentação, o emprego do Saara pode ser entendido como uma estratégia para recrutar a memória dos telespectadores e gerar verossimilhança com o cotidiano da maioria dos brasileiros. Afinal, é da comparação entre o centro de comércio popular, caracterizado por pessoas que sonham se tornar ricas e almejam acesso ao luxo, e a zona nobre, local para poucas pessoas que detêm posses, que se extrai a narrativa com todos os

elementos figurativos necessários para promover o efeito de realidade. Nesse contexto, os personagens vão desempenhando seus papéis na ação e demonstrando traços que apontam para um tipo nacional refletido em Foguinho. Todos almejam felicidade e, para quase todos os personagens, o dinheiro é, ao mesmo tempo, motriz para realização dos sonhos e prêmio dos vencedores.

Cabe registrar que a polaridade entre ricos e pobres é apresentada na narrativa como parâmetro insistente na relação mediativa em estudo. As diferenças entre a zona de comércio popular e a loja de artigos de luxo, mostradas sempre de forma comparativa, perpassam as diferenças sociais e centram-se no *ethos* dos personagens que, testados, sucumbem ao fácil ganho financeiro, ultrapassando qualquer limite moral ou ético. O *ethos*, constantemente explicitado, acentua características que ajudam a delinear o herói eletrônico que, na perspectiva de Foguinho, aponta para a falência da atmosfera proposta pela mediação oficial desenvolvida pelo Estado-Nação, uma vez que o dinheiro estaria sobreposto a outros valores que enalteceriam o País ou o progresso coletivo.

Na narrativa, Foguinho⁶⁸ encarna o desejo de mudança da condição social de milhares de pessoas que, por serem pobres, sentem-se rejeitadas e diminuídas: “Eu sou pobre, moro de aluguel, ganho mal, tô quase indo em cana, to devendo pra Deus e o mundo e minha família jura que eu sou feio”. A fala de Foguinho traduz sua condição de miserável. Toda sua construção, portanto, divergindo daquela feita em torno do herói nacional Tiradentes (que deveria servir de exemplo a um povo tão virtuoso quanto ele) fazia-se ver. Foguinho é apresentado como reflexo dos brasileiros que, em oposição à heroicidade anterior, se valem da malícia e da sorte

⁶⁸ Foguinho é negro e sua personagem traduz um problema social antigo, uma vez que, por muito tempo, e os negros foram ignorados pelo Governo – sem qualquer política de inserção quanto ao trabalho ou à escolaridade.

para conseguir lugar de destaque; afinal, ele não tinha outra alternativa. Quando pedia algum dinheiro a seu pai, era obrigado a assinar promissórias e trabalhar como homem-sanduíche. Ellen, a garota da qual gostava desde a adolescência, o preteria por ser pobre. Logo percebeu que ter dinheiro era a condição primeira, e única, para a realização de seus sonhos – uma vez que era cercado por pessoas que só pensam “em se dar bem”. Foi nesse sentido que o personagem recebeu apoio dos pais.

Nas passagens que extraímos⁶⁹, verificamos que a enunciação expressa em *Cobras & Lagartos* apresenta-se de forma mista: enunciva e enunciativa. Nesse sentido, nos reportamos às pesquisas realizadas por Barros (2001 e 2002); Fiorin (2002 e 2004); Greimas (1979), entre outros autores. Dadas as características da telenovela com a progressão da trama em muitos episódios, verificamos que, em certos momentos, a objetividade se coloca de modo mais enfático, em outros, a subjetividade prevalece.

A enunciação enunciativa foi empregada de modo enfático logo no início de *Cobras & Lagartos*, na tentativa de conseguir adesão, por parte do público, diante do novo enredo que se apresentava. Os cinco primeiros minutos da novela são dedicados a apresentar o comportamento e as oportunidades de diversão, concedidas a quem pode adotar o “estilo de vida Luxus”. Trata-se da exibição de momentos, protagonizados pelo proprietário da loja, Omar Pasquim, que simula ser um herói duplo, e na mesma sequência de imagens. Primeiro, ao vencer uma corrida de motos nas dunas; depois, por mergulhar e encontrar uma concha com pérolas. A projeção de imagens é embalada por *backgrounds* que misturam trilha de aventura e som produzido por DJ. O final da sequência de imagens, que revela um mundo

⁶⁹ Foram analisados 14 episódios transmitidos em 24 e 25/04, 7 a 12/08, 2e3/11 e 13 a 18/11.

maravilhoso, termina com a seguinte frase: “Luxus, um conceito de vida, você merece Luxus”. Só então é feita uma revelação ao público: trata-se de um filme publicitário da loja, de um mundo devidamente simulado, para ser consumido por quem pode fazer e tornar-se parte dele.

Percebe-se que, em parte significativa do primeiro bloco de *Cobras & Lagartos* (tempo estimado de 10 minutos), houve o emprego enunciativo e da manipulação via sedução. Essa foi a estratégia adotada, ao lado do emprego da subjetividade – característica da enunciação enunciativa – para captar a atenção do telespectador. A asserção de Macunaíma – o dinheiro como “curriculum vitae” da “nova civilização” – faz-se presente tanto como constatação como por valor a ser perseguido, sobretudo por Foguinho, personagem que chama nossa atenção.

A enunciação enunciativa também é constatada através de inserções musicais⁷⁰. No caso de Foguinho, a música ajuda a singularizá-lo na trama. O poema canção *Tiro Onda (pra onda não me levar)*⁷¹, interpretado por Jair Rodrigues, é inserido na trama em duas versões: uma animada, que consolida a alegria, o estado eufórico do personagem, em suas ações picarescas, e a outra, lenta (sem a letra), que o acompanha em momentos em que é humilhado ou sente-se só, demarcando os momentos disfóricos.

⁷⁰ Mencionamos que, para o personagem Foguinho, a Emissora apresentou o CD *Cobras & Lagartos Saara*. Entretanto, para o personagem, duas músicas se destacam: *Tiro onda (pra onda não me tirar)*, composta por Jair Rodrigues – apresentada de duas formas – uma versão para quando o personagem está desempenhando suas ações, ritmo mais acelerado; outra, para quando o personagem está triste ou se mostra pensativo, mais lenta. Quando o personagem participa de festas ou bailes *funks*, outra trilha foi destinada para o momento festivo, do gênero *funk*.

⁷¹ Trecho do poema canção *Tiro Onda*, de Jair Rodrigues “Cheguei ao mundo sem ter nada/ E dele não levo nem a sombra/Eu tô aqui pra dar risada/E para tirar onda/Felicidade não se empresta/Não se pechincha e não se compra/Eu tô aqui pra fazer festa/E pra tirar ondaaa/Eu tiro onda pra onda não me tirar/Eu tiro onda pra onda não me afogar... Tenho um aliado lá em cima/Que a minha alma faz ronda/Eu tô aqui pra entrar no clima e pra tirar onda/A vida é um grande picadeiro/Na corda bamba eu tô na ponta/Eu tô aqui pra ser o primeiro aTirar ondaaa....”

A enunciação enunciva pode ser facilmente verificada através da análise das ações de Foguinho que se revela, em muitos momentos, como herói picaresco. Ao mesmo tempo em que o personagem apresenta suas mentiras na tentativa de conseguir o que deseja, tem sua *performance* pautada na sorte e usa o destino e sua condição de pobreza como álibi, uma tática para se eximir, justificar-se em situações de apuro ou quando leva vantagem. Apresentamos dois exemplos que deflagram a enunciação enunciva e nos dão uma boa radiografia do personagem. No primeiro, Foguinho se empenha para chamar a atenção da garota de quem gosta e, no segundo, argumenta a farsa que o deixaria rico. Na tentativa de mostrar-se para Hellen – que já lhe disse “não gostar de pobre e nem de neguinho” –, Foguinho vai até uma concessionária de automóveis com o objetivo de conseguir um carro para buscar Hellen na saída do trabalho. Ao ser abordado por um vendedor, diz possuir dois carros, “uma *pick-up* e um sedã”, e estar interessado em um carro conversível por gostar “da sensação do vento batendo no rosto”. O vendedor, observando Foguinho e desconfiado a respeito do que ouve, o conduz a um modelo mais simples, mas que é rapidamente refutado: “Se não tem GPS não serve”. Diante de um carro da marca Mercedes, o mais caro da revenda, Foguinho embarca rapidamente no veículo e diz: “Só tem um pequeno problema. Eu sou supersticioso e tenho que entrar sozinho no carro que vou comprar”. O vendedor apavorado diz não ter autorização. Foguinho, em pleno ato de malandragem, já com o carro ligado, diz: “O que é isso rapaz! Fica tranquilo, só vou dar uma volta no quarteirão”. Reproduzimos o diálogo entre Foguinho e Hellen:

“Oh, Hellenzinha hoje não tem lotação não. Entra aqui, gata”.
Hellen: Você roubou esse carro?

Foguinho: Nada, tô te falando, minha sorte mudou. Bolsa de valores. Vai gata entra, tenho uma hora pra te levar no paraíso. (Ao se distrair bate o carro)

Hellen: “Sorte de prego não muda”.

Ao se fazer passar por Daniel Miranda, quando está prestes a se tornar rico, sustenta sua farsa, mentindo ao advogado da Luxus e a uma administradora da empresa. Na tentativa de justificar sua proximidade com Omar (o dono da Luxus) e legitimar-se como herdeiro de seu império, Foguinho diz ter salvo Omar de um afogamento. Ao ter sua afirmação contrariada, dado o fato de Omar ser exímio nadador e, “quando jovem ter integrado a equipe do Flamengo”, inventa:

Ah, mas nesse dia ele não estava bem não. Bêbado. Mais bêbado que peru de véspera. Nós estávamos numa ilhazinha perto de Angra. Ele estava no iate dele, bebendo e eu no meu barquinho. De repente eu avistei ele. Ele tropeçou no convés do iate, caiu dentro da água e começou a se afogar. Eu num ímpeto, não sei o que me deu, aquela coragem, não pensei em nada. Na hora saí nadando, na dificuldade, e ele se afundando e de repente eu vi de longe que ele estava com uma das pernas enroladas na corrente do iate e outra nas gigogas. Ele e as gigogas, aquela luta. E ele debatendo com a gigogas, tentando sobreviver, naquela luta pela vida, e eu cheguei e peguei o que? A minha faquinha que estava na cintura. Cortei as gigogas. Também na luta fora jogar essa alga, é uma alga miserável, que quando ela chega destrói qualquer um. Peguei ele fui trazendo para o navio, o iate, ele já querendo desmaiar – eu trouxe com aquela dificuldade, um homem pesado, chegando lá coloquei ele, coitado já estava desmaiado, eu no ímpeto, o que é que eu fiz? Respiração boca-a-boca. Uma vez, duas vez, três vez ele voltou. Felizmente ele voltou. Estava mais branco que uma arraia pescada. Voltou a vida. Soltou muita água o coitado. Coitado. E viveu. Voltou a vida e viveu enquanto Deus deixou. Hoje em dia não está mais conosco, mais foi assim.

Percebe-se que o personagem inventou um encontro com Omar Pasquim. Ao descrevê-lo, não deu conta de explicar e nem de sustentar o que disse. Ao trocar iate por navio, revelou não ter conhecimento efetivo do tamanho da embarcação. Na tentativa de simular um ato heroico, capaz de justificar o recebimento da herança - ali

seu objeto de valor - inventou a presença de uma alga perigosa, desconsiderando a possibilidade de as pessoas presentes conhecerem o local do acidente. Foguinho enalteceu sua *performance* ao ponto de sobrepor boa parte da história que acabara de narrar e que, se questionado, não teria condições de explicar. Afinal, com sua faca não seria possível romper a corrente do iate que estaria enrolada na perna de Omar. Com objetivo de causar comoção ao advogado e à administradora, encerrou seu relato compadecido com a morte de Omar.

Quando o advogado disse que ele tinha muita chance de herdar a herança de Omar, Foguinho perguntou: “Como assim, tenho muita chance? Eu não sou o herdeiro decidido, escolhido e sacramentado?” Informado que haveria uma acareação por conta de existirem outras pessoas com o mesmo nome, usou sua condição social como justificativa para externar sua indignação e protestar:

Mas que pouca vergonha é essa? Eu já sei o que está acontecendo aqui, que pouca vergonha? Vocês estão desconfiados de mim. Ta vendo como é duro ser pobre nesse país? Se fosse um rico que tivesse aqui vocês já teriam entregue a herança de bandeja. Isso aqui é uma palhaçada. Nós estamos num circo? Então, por favor, vocês chamem o elefante, o engolidor de fogo porque o palhaço pula-pula já está se retirando. Ah, que absurdo! (Sai da sala batendo a porta).

A transformação de Foguinho está vinculada às mudanças espaciais que constroem a representação da transformação narrativa. Se observarmos a questão central da tese, veremos que tal mudança é constante na elaboração dos heróis precedentes e constitui a base da enunciação narrativa daquela construção: Tiradentes, de mero conjurado, passou a ser aclamado como um dos líderes do Movimento Inconfidente e passou a assemelhar-se a Cristo. Macunaíma tornou-se branco ao banhar-se e preparar-se para chegar a São Paulo. No caso de Foguinho, o

público assiste à transformação do personagem, de garoto simples de periferia, malandro e mentiroso, para um homem cheio de dinheiro, que faz questão de imprimir seu poder através da mudança da aparência e de seu figurino. Assim que teve acesso ao dinheiro, Foguinho surgiu com um brinco de diamante expressivo, bigodes descoloridos, roupas de grife e, em boa parte da trama, aparece sempre com um cifrão no pescoço como pingente em um colar, broche ou gravata. O cifrão seria uma espécie de amuleto – tal qual a Muiraquitã para Macunaíma, que o impediria de ser pobre e, ao mesmo tempo, enfatizaria sua condição: um homem verdadeiramente rico, dono de um império. A pedra de diamantes e as roupas de grife o colocariam no patamar de consumo destinado somente a quem dispõe de muito dinheiro. O bigode descolorido surgiu como tentativa de estabelecer relação com o estereótipo de beleza vigente durante séculos – o homem branco, loiro. O personagem faz questão de se exibir.



Figura 10

Foguinho fazia o que podia para manter sua nova condição. Sentia pavor de voltar a ser pobre, desdenhado pela família, tanto que depois de ter sua farsa

descoberta pelos vilões da trama, sujeitou-se à humilhação e à incompreensão. Faltava-lhe coragem de posicionar-se e assumir seus erros. A transformação do personagem ocorreu somente depois de ser completamente arrasado, de ficar sem dinheiro e perder o apreço de todas as pessoas em sua volta. Quando acusado de causar uma tragédia, que poria em risco a vida do verdadeiro Daniel Miranda, Foguinho arriscou a vida para salvá-lo. Afinal, Foguinho não era um assassino.

A transformação de Foguinho preconiza aspectos relacionados à heroicidade que nos reportam ao herói republicano Tiradentes e também aos medievais: a coragem e a honra, características que passam a ser apresentadas por Foguinho no final da trama. Já no Saara, o personagem assume não ter sido fácil alterar seu comportamento. Em tom de confissão, Foguinho diz: “Helenzinha, foi difícil pra mim recusar aquele dinheiro que a Bel e o Duda ofereceram. Mas foi importante”. A fala revela a complexidade do personagem que, embora capaz de perceber a necessidade de mudanças, permanece com traços que estariam no âmago dos brasileiros – conduzir a vida com o mínimo de esforço possível.

O reconhecimento do personagem, com relação à importância de negar qualquer valor ofertado, se traduz no esforço e na possível alteração de seu comportamento - possibilidade estendida aos brasileiros que levam a vida como malandros. Foguinho estava tentando reparar seus erros. Hellen, sua mulher, que também altera seu comportamento e arremata: “Erro não, meu amor. A gente vai ficar rico e por conta própria!” – alusão à força de vontade e à capacidade de trabalho, inerentes a todos.

A novela termina com Foguinho no Saara, trabalhando como homem-placa, dessa vez contente, promovendo a venda de profiterólis, sobremesa que conheceu

nos tempos da Luxus. Como estratégia de venda, Foguinho explora outro produto que nem sempre está presente no cardápio dos brasileiros: “Quem compra a sobremesa ganha uma taça de cidra”, anuncia. A procura do produto e o sucesso das vendas do doce com a taça da bebida fazem do Saara local de celebração, um novo carnaval, diverso daquele feito em praça pública, mas regenerador e festivo como aquele feito por Macunaíma, em que a meta é ser feliz e “se dar bem”.

4.2 CARAMURU, HERÓI DO BRASIL

É do cinema que extraímos outra ilustração que se contrapõe às características políticas e culturais atribuídas ao herói nacional. Trata-se de *Caramuru, a Invenção do Brasil*, que pode ser interpretado como contramediação da História Oficial do País. Classificado como comédia, o texto fílmico fomenta crítica e carnavaliza a intervenção estrangeira. O descobrimento do “*Pindorama*” ou “Terra dos Papagaios”, como é denominado o Brasil na obra, é mostrado como uma série de incidentes e infortúnios⁷², que conduz um degredado ao posto de autoridade máxima do Novo Mundo.

⁷² Síntese do filme: A obra *Caramuru, a invenção do Brasil*, apresenta outra versão do descobrimento do País, como resultado de uma sucessão de equívocos. O ambicioso Vasco de Ataíde (papel atribuído a Luiz Mello) pretendia chegar às Índias, antes de Cabral; para isso, tramou o roubo do mapa com a rota descoberta por Vasco da Gama. Entretanto, tendo em mãos o mapa cartográfico modificado por ilustrações que encobriam rochas, o navio naufraga. Os únicos sobreviventes foram Diogo Álvares, o artista degredado que ilustrou o mapa (papel de Selton Mello), e Vasco de Ataíde, (vivido por Luis Melo) comandante do navio e traficante de escravos. Diogo, por sorte, consegue sobreviver à fúria de Vasco que tenta matá-lo, enquanto reza ajoelhado. Igualmente por sorte, Diogo é poupado pelos índios que, impressionados pela quantidade de embarcações que avistam na praia, o deixam vivo. Após ser hóspede dos índios, usufruir da “hospitalidade” Tupinambá e descobrir que viraria refeição, novamente tem a sorte de encontrar um “pipoco” durante outra fuga – trata-se da arma de Vasco de Ataíde no tronco de uma árvore. Seduzidos pela pólvora, tido como artefato divino, os índios passam a chamá-lo de Caramuru. Sua vida, então, é poupada e passa a ficar próximo do “cacique”. De Diogo Alvarez, degredado, torna-se “Caramuru o maioral dos Tupinambás”, rei da “terra dos papagaios”.

O protagonista Diogo Álvares, pintor português, papel interpretado por Selton Mello, é a personagem-chave da trama. Enquanto lutava unicamente por sua sobrevivência torna-se o “maioral dos Tupinanbás” sem qualquer merecimento, ou grandes feitos. Diogo é a personagem que investigamos por apresentar características que apontam para um tipo nacional que, pelo seu fazer, desarma a mediação feita pelo Estado Republicano, primeiramente concentrada em Tiradentes, e também aquela arquitetada e suscitada pelo Governo monárquico que elevou o índio à condição de herói.

As personagens fílmicas não apresentam as características que, em seu conjunto, possam traduzir heroicidade ou um herói propriamente dito⁷³. Na trama, a performance dos portugueses e franceses revela o ethos do descobridor interessado na nova terra, vista/mostrada como exuberante fonte de riquezas, passível de exploração e lucro. O público sofre duplo confronto em suas expectativas e crenças: enquanto o europeu é apresentado como ambicioso, explorador e mentiroso, a imagem do “bom selvagem”, construída e apresentada pelo Romantismo, apresenta-se completamente arrasada: de forte, corajoso e destemido, este é exibido como preguiçoso, malandro e trapaceiro. O fato é que a película evidencia o ethos do colonizador europeu e também do índio, como veremos no decorrer do capítulo.

⁷³ Campbell(2007), em *O herói das Mil Faces*, apresenta várias transformações sofridas pelo herói: o herói primordial e o herói humano (que envolve o ciclo cosmogônico “não pela ação dos deuses, que se tornaram visíveis, mas pela dos heróis, de caráter mais ou menos humano, por meio dos quais é cumprido os destinos do mundo”, p. 306), a infância do herói humano e sua inserção no “plano da vida contemporânea, para servir na qualidade de transformador humano dotado de potenciais demiúrgicos”, p. 312); o herói como guerreiro, o herói como amante, o herói como imperador e tirano, o herói como redentor do mundo, o herói como um santo e, por fim, a partida do herói.

Caramuru, a invenção do Brasil, faz parte de uma série de programas apresentados pela Rede Globo, dedicados às comemorações dos 500 Anos do Descobrimento do País, outra mediação impulsionada pelo Estado em 1997⁷⁴.

Vale registrar que o tema foi inserido na programação da Emissora⁷⁵, perpassando vários gêneros, contemplando o jornalismo (com a leitura de releases oficiais e cobertura de eventos promovidos pelo Governo e elaboração de reportagens), novos quadros humorísticos (incorporados aos programas já existentes)

⁷⁴ Em 1997 o Estado criou uma Comissão Nacional para tratar do V Centenário do Descobrimento do Brasil - trata-se da instauração de uma planejada mediação oficial em torno dos 500 anos do Brasil, data que seria comemorada em 2000. Havia a intenção de trazer à tona a brasilidade tendo como mote o descobrimento associado às três raças nacionais. Houve grande adesão da mídia, particularmente da televisão. A festa oficial privilegiou a reencenação com a construção de uma embarcação aos moldes daquela que teria sido utilizada por Pedro Álvares Cabral. Houve transferência da Sede do Governo para Porto Seguro (local em que o País teria sido descoberto), além de fomento à produção de eventos que envolveriam diversos atores sociais como: mídia, sociedade civil organizada, mercado editorial, universidades e comunidade internacional. Milton Nascimento elaborou poema-canção ao momento midiaticamente instaurado "Tema Brasil 500". De acordo com Cunha (2004), até então a data era apenas comemorada em cerimônias oficiais - sem participação popular.

⁷⁵ Os meios de comunicação foram colaborativos com as festividades oficiais. Foi montada agenda própria em torno da brasilidade celebrada, com olhar direcionado à audiência e ganho publicitário. A Rede Globo antecipou-se na formação de uma ampla atmosfera persuasiva ao espalhar pelas capitais do País o relógio dos 500 anos, desenhado especialmente para a ocasião, pelo designer Hans Donner - com contagem regressiva para a celebração. Como suporte a esta ação, foi produzida uma vinheta repetida várias vezes ao dia, para envolver o público e situá-lo quanto à data comemorativa "Faltam... dias para os 500 anos do Brasil". Nos intervalos foram inseridas chamadas com a presença de artistas populares. Para Rodrigues (2008), o marco zero dos 500 anos foi a inserção da temática na pauta diária dos meios de comunicação e sua consequente exposição na arena pública. Nesse sentido, a Globo teria sido a "mestre de cerimônias" do evento oficial, uma vez que conclamou a audiência para participar da reencenação do Descobrimento. A Globo elaborou um projeto "Brasil 500" e um site (que não está mais no ar www.brasil500.com.br). "A ênfase oficial da festa recairia a velha narrativa do Descobrimento que incensa o feito dos colonizadores (visão eurocêntrica), desconsidera a trajetória dos povos ameríndios e minimiza a contribuição dos demais grupos étnicos que plasmaram o Brasil contemporâneo" (Rodrigues, 2008, p.03). Rodrigues registra que, na época, a Globo contava com 115 emissoras afiliadas e cobertura de 99,84% do território nacional. O artigo completo, publicado no Alaic (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) encontra-se no endereço eletrônico (www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/.../GT1_%20LAECIO.pdf). Outro texto interessante, *Brasil ao alcance de todos: imagens da nacionalidade e comemorações dos 500 anos do descobrimento*, citado por Rodrigues, cuja autoria é de Eneida Cunha (2004) enfatiza que: "Apenas quando foram convocadas as redes de televisão, em dezembro daquele ano (1997 - *grifo nosso*), os "500 anos" se tornaram um fato com repercussões no todo social, passando a distribuir, em horários de grande audiência, a sua narrativa atualizadora da comunidade nacional, organizada a partir das ênfases previstas: o revigoramento do vínculo com a origem eleita, através da difusão de imagens pretéritas e presentes de Portugal, e a representação enfática e espetacularizada do corpo mestiço da Nação". A autora também menciona a adesão publicitária ao tema, com campanhas de alto valor, patrocinadas pela Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos "que recuperava em off o texto de Vaz de Caminha..." e da Parmalat que passou a oferecer caravelas como brindes. O artigo encontra-se disponível em (http://www.letras.puc-rio.br/Catedra/revista/5Sem_08.html)

e a viabilização de grandes produções que remetiam a formação/colonização do País como a novela *Terra Nostra*, e três minisséries: *A muralha*, *Aquarela do Brasil*, e *A Invenção do Brasil* de que se originou o filme *Caramuru, A Invenção do Brasil*, ao qual nos debruçamos por celebrar de forma picaresca o descobrimento do País e legitimar nossa hipótese de pesquisa de que os meios de comunicação de massa, embora validem a mediação oficial também desmascaram seus reais motivos, produzindo como consequência caricatura daquele herói.

É preciso mencionar que o filme *Caramuru, a Invenção do Brasil*, é resultado da remontagem da minissérie exibida⁷⁶ no ano 2000. A película foi lançada em 2001 e contou com a direção de Guel Arraes que também foi responsável pelo roteiro junto com Jorge Furtado. A transformação de um produto cultural em outro já havia sido realizada por Arraes⁷⁷ em *O Auto da compadecida*, minissérie de 1999, que, após remontagem, foi exibida nos cinemas em 2000 com grande sucesso⁷⁸. É importante mencionar que a transformação da minissérie em filme não se constitui na simples transposição de um formato para outro. Todo seu processo construtivo, do roteiro à captação de imagens, dispendeu grande atenção por parte dos autores e equipe técnica, para que fosse obtida consonância entre as linguagens televisiva e cinematográfica.

⁷⁶ A minissérie *A Invenção do Brasil* foi exibida pela Rede Globo, em três capítulos, de 19 a 21/04/2000. O filme foi apresentado ao público um ano depois, tomando carona no bom momento vivido pelo setor com o rearranjo de produções televisivas – fomentando lucros e a Indústria Cultural. O título da obra fílmica referenciou o nome dado ao herói da trama: *Caramuru, a invenção do Brasil*. Seguramente houve convergência de mídias. Jenkins (2009) declara haver motivações econômicas por trás da narrativa transmidia. Segundo o autor, a convergência das mídias vai além das mudanças tecnológicas uma vez que “altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pelas quais os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo e não a um ponto final”. Jenkins (2009 p. 43)

⁷⁷ Para Fachine (2008 p 81) a carreira de Guel Arraes não se limita à direção e à elaboração de roteiros, mas também como produtor associado em títulos coproduzidos pela Globo Filmes”.

⁷⁸ Percebe-se que o cinema tem se mostrado um caminho interessante para o rearranjo de produções televisivas – fomentando lucros e a Indústria Cultural Ilustração referente á expansão de produtos culturais, via Indústria Cultural.

Figueirôa (2008, p. 164) escreve que a sétima arte integrou a formação de Guell Arraes e mostra-se fonte essencial para a produção de seu audiovisual. Para o autor, em *Caramuru, a Invenção do Brasil*, não existe distinção entre linguagem cinematográfica e linguagem televisiva, uma vez que foi possível “[...] estabelecer uma interação harmoniosa entre os dois meios”. Embora não seja nosso objetivo estabelecer comparações entre o filme e a minissérie, ou investigar diferenças entre linguagens televisiva e cinematográfica, justificamos nossa escolha pela obra fílmica por conta da contiguidade da narrativa, capaz de envolver o público de modo mais eficaz se levarmos em conta as características da minissérie que aumenta a probabilidade de dispersão do público, pois é apresentada em vários capítulos, divididos em blocos, para a inserção de intervalos comerciais. A citação de Figueirôa (2008) nos ajuda a sustentar a opção pelo filme: “É como se o espectador de cinema, a partir dessas estratégias pudesse ter uma fruição mais refinada do que tivera quando o mesmo produto fora mostrado em outro meio” (FECHINNE, 2008, p. 163).

Os roteiristas do filme privilegiaram aspectos relacionados ao Descobrimento do País para apresentação de outra história, uma reinvenção, uma lenda que o narrador coloca no início do filme, apresentando aquele Descobrimento pelo seu avesso se levarmos em conta a História Oficial do País. A inversão trouxe consigo o riso e a carnavalização. Bakhtin⁷⁹ (2002) fala da carnavalização como segunda vida da cultura popular e como um mundo ao revés. Com relação ao riso, impresso na cultura cômica Bakhtin, através de investigações relacionadas à sua importância na

⁷⁹ Bakhtin, em *A Cultura Popular na Idade Média e Renascimento* tece considerações a respeito de François Rebelais, a carnavalização e o grotesco. A respeito da cultura cômica, apresenta três categorias que refletem o aspecto cômico do mundo e, inter-relacionadas, combinam-se de diversas maneiras: “1. As formas dos risos e espetáculos (festejos carnavalescos e obras cômicas representadas nas praças públicas...) 2. Obras cômicas verbais...3. diversas formas e gêneros do vocabulário familiar e grosseiro (insultos, juramentos, blasões populares” (Bakhtin, 2002, p. 06).

Idade Média e no Renascimento, revelou que o riso representava oposição à cultura oficial, à religião e ao feudalismo da época. O filme *Caramuru* apresenta o Descobrimento de modo carnavalesco e burlesco, sobretudo na contraposição estabelecida entre os estrangeiros e os índios – deliberadamente livres quando comparados às convenções e formalismos do modo de vida europeu. O “descobrimento às avessas” e o riso, como elemento primordial, perpassam toda a narrativa e embasam, no filme em questão, o gênero comédia. Bergerson (2004) lembra que a comédia está mais perto da vida real do que um drama.

Fechine (2008, p. 58-59) identifica a carnavalização, o “apelo a inversão”, também quando se invertem expectativas de produção e de recepção.

[...] “apelo à inversão” todos aqueles procedimentos que, desafiando as matrizes organizativas dos próprios gêneros televisuais, apelam para imbrincamentos entre as mais variadas formas de ficção e não-ficção, invertendo as expectativas de produção e recepção de umas e de outras (Fechine, 2008, p. 58-59).

Devemos considerar que as mudanças e imbrincamentos técnicos abrem outras questões relacionadas à produção discursiva e à recepção. Em torno do rádio, da literatura, do jornal, através de crônicas e charges articulam-se singularidades exploradas no sentido de garantir a audiência do público. Afinal, é da tríade características/possibilidades/limites, que se estabelece conexão entre o que é produzido, o efeito de sentido gerado, e a adesão do mercado – questões investigadas

por estudiosos⁸⁰ também por conta do desenvolvimento do avanço tecnológico dos meios de comunicação. Aqueles imbricamentos são, também, responsáveis pela conversão do texto televisivo para fílmico, em claro processo de transmediação e migração entre linguagens.

Na realidade, em *Caramuru a Invenção do Brasil*, há ainda a inserção de outra matriz já associada à televisiva. Trata-se da literatura, mais especificamente, da obra *Macunaíma*⁸¹, revelada na trama vocabular, em vários conectores isotópicos e, principalmente, através da performance realizada por Diogo Álvares que reapresenta características do herói pícaro proposto por Mário de Andrade - prova da força que lhe fora imputada, capaz de emblematizar a modernidade e ser divisor de águas entre dois programas mediativos: ser um herói, mas substituir o herói idealizado, política e mediaticamente, pela Primeira República.

⁸⁰ Com o desenvolvimento dos meios de comunicação (jornal, rádio, cinema e televisão) foram realizados estudos filosóficos, psicológicos, sociológicos e matemáticos na tentativa de compreender e resolver questões relacionadas à influência/eficácia dos meios de comunicação, manipulação e formação de comportamentos muitos concentrados nas Teorias da Comunicação de Massa. Na segunda década do Séc. XIX, temos o Mass Communication Research, que concentra pesquisas desenvolvidas por Lasswell, Lipmann e Wright, de caráter funcionalista-pragmático e aquelas realizadas por Lazarsfeld, Merton, Klapper (entre outros) a respeito dos efeitos comunicativos. Foram empreendidos estudos em torno do E-R (estímulo-resposta), e pesquisas para a promoção de partidos políticos (nesse sentido citamos o filme *O triunfo da vontade*, de 1935, dirigido por Leni Riefenstahl, documentário feito sob encomenda de Hitler para projetar seu governo) e análise da propaganda como estímulo de consumo. Em 1948, com a Teoria Matemática da Informação, capitaneada por Shannone Wearner, objetivava-se aferir a capacidade dos meios comunicativos em transferir dados, e estudar ruídos aleatórios e presentes nas mensagens. A Escola de Frankfurt vale-se dos estudos matemáticos - da eficácia comunicativa aferida - para apresentar dura crítica à Indústria Cultural. Para Adorno, o homem passaria a ser objeto dessa indústria. "O espectador não deve agir pela própria cabeça: o produto prescreve todas as suas reações: não pelo seu contexto objetivo - que desaparece mal se volta a faculdade de pensar - mas através de sinais. Qualquer conexão lógica, que exija perspicácia intelectual, é escrupulosamente evitada" (ADORNO, 1947, p. 148 In WOLF, 2001, p. 88).

⁸¹ No *making of* da obra fílmica atores revelam referências da obra *Andradiana* em seus personagens. Tonico Pereira, que interpretou o personagem Itaparica, disse que sua personagem "é síntese do brasileiro, meio *Macunaíma*". Camila Pitanga, que interpretou a índia Paraguaçu afirmou ter sido fundamental a leitura de *Macunaíma*. Guel Arraes, por sua vez, enfatizou que Mário de Andrade oferecia uma "espécie de prosódia" e que, em torno da obra, foi feito um "verdadeiro dicionário de palavras" que auxiliaram na construção da narrativa.

4.2.1 O herói e a lenda

A história do Descobrimento é posta em cena de forma metaforizada, uma vez que a metáfora é empregada por meio de imagens estrategicamente combinadas que, apresentadas de forma sequencial, descortinam a História Oficial a respeito do Descobrimento e possibilitam ao público a realização de inferências através do confronto entre o que foi disseminado, a respeito do Descobrimento do Brasil, e o que está sendo mostrado pela película. Cimino (2010), quando escreve a respeito da metáfora como potência na construção do conhecimento, fala em religare. "A metáfora ao inventar um real discurso produz o religare da representação mediado pelo contínuo interpretativo dos processos de significação" (CIMINO, 2010, p. 68).

A metáfora é detectada desde o início do filme com o emprego de índice que aponta, primeiramente, para o universo literário. Com isso, o público é posicionado diante de uma história extraída de um livro. Enquanto o nome do elenco é inserido na tela, é exibida uma sequência de imagens que, ao ganharem nitidez, revelam páginas de um livro antigo - dada a grafia da letra e a tonalidade do papel. Esse contexto, somado ao background musical, faz com que o público seja imerso na trama exibida e envolto em outra releitura do descobrimento do País.



Figura 11

A obra fílmica inicia como uma história datada: “Primeiro de março de 1500”. A voz do ator Marco Nanini, conhecida do grande público, dada sua constante e expressiva atuação na televisão aberta, dá densidade ao seu papel de narrador onisciente, assemelhando-o ao do “contador de histórias” que, em passagens pontuais, situa o público diante dos protagonistas, dando uma ideia prévia da narrativa. A partir desse ponto, o filme passa a ganhar outro cenário com a exibição de imagens que combinam referências, contidas no imaginário coletivo, que proporcionam realismo à cena exibida e corrobora para a consolidação da atenção por parte do público. Mesclam-se a enunciação enunciva e a enunciativa, como falaremos no próximo tópico.

Primeiro de janeiro de 1500. Um jovem português olha para a primeira noite do século XVI. A estrela polar, guia dos navegantes faz um ângulo de 25° com o horizonte. A constelação de Orion está quase afundando no oceano Atlântico. Ele ainda não sabe mas os astros lhe reservaram um destino incomum. Nesse momento a sete mil km dali, do outro lado do Atlântico, num lugar chamado Pindorama, brilha a constelação do

Cruzeiro do Sul que lá se chama Pauí-Pódole. Uma jovem índia vê este outro céu. Ela sabe que as estrelas são as almas dos heróis indígenas que morreram. O que ela não sabe é que também vai se tornar uma heroína. E virar estrela, lá no céu. Ele se chama Diogo, nome que vem do latim e quer dizer “pessoa educada”. Ela se chama Paraguaçu, que em tupi significa “mar grande”. Ela é uma princesa mas ele vai tomá-la como uma selvagem. Ele será degredado mas vai se tornar rei do Brasil. A história dos dois juntos vai virar lenda.

Dando continuidade e demarcando epílogo da narrativa, são exibidas imagens do planeta Terra e da Lua, reportando o espectador à fantasia e ao mundo da invenção. O emprego da computação gráfica⁸² corrobora para a persuasão, na ligação que viria a se estabelecer entre o Velho e o Novo Mundo - a imagem do planeta Terra, de um cometa, das estrelas e das personagens principais: Diogo e Paraguaçu que, em espacialidades distintas, olham para o céu, dando encadeamento à narração proferida.



Figura12

A narrativa gira em torno de Diogo, não especificamente por seus feitos, mas das ações que sofre, dada sua performance constantemente comprometida. Diogo é

⁸² A computação gráfica também foi utilizada em outros momentos, entre eles: na simulação do naufrágio e na chegada das caravelas. Além disso, auxiliou na cenografia e na tomada de cenas externas – reduzindo o orçamento da produção fílmica.

sonhador, ingênuo, malandro e conta com a sorte nos momentos de apuro ou naqueles em que se exige alguma atitude. Essas características são reiteradas nas principais modulações da personagem: momento em que sua carreira artística é fadada ao fim; em que se disfarça de mulher na nau dos degredados, na tentativa de ser desembarcado, em sua estada na Terra dos Papagaios ou Novo Mundo, também no retorno à Europa e na sua volta ao Novo Mundo, aclamado pelos franceses como rei dos Tupinambás. Percebe-se que Diogo faz o que pode para sobreviver.



Diogo, tal qual Macunaíma, disfarça-se de mulher. Enquanto a personagem andradiana queria resgatar Muiraquitã, seu objeto de valor. Diogo pretendia enganar o capitão Vasco de Ataíde e ser desembarcado nas Ilhas Canárias.

Figura 13

Em Portugal, a personagem só ganha algum reconhecimento como pintor, após exibir o retrato da condessa de Sintra. Depois de deixá-la irreconhecível, ganhou prêmio de “Grande Promessa da Pintura Portuguesa”, atribuído pela Academia Real. Foi preciso mentir para se fazer notado. Sua passagem pela cartografia real, como ilustrador, foi desastrosa porque ele era incapaz de compreender o que lhe era

solicitado. Para Diogo, as baleias que desenhava eram mais importantes que as orientações cartográficas. Pela combinação de ingenuidade e vaidade, foi envolvido no desaparecimento de um mapa – o que o levou a ser degredado. Sua estada entre os índios foi determinada por uma série de acontecimentos que o levam a ser o grande soberano dos Tupinambás: fugiu para não ser assassinado por Vasco de Ataíde; fugiu para não ser capturado pelos índios. Depois de introduzido na tribo e ter desfrutado a "hospitalidade Tupinambá", na companhia de duas índias, fugiu novamente na iminência de virar refeição e só se salvou por encontrar uma arma que lhe conferiu poder e reverência por parte dos índios. Mais uma vez Diogo foi salvo pela sorte.

Dessa breve síntese, percebemos a junção de traços que compõem a personagem e a colocam como ‘metáfora picaresca’ do herói nacional, em contraponto ao Programa iniciado pela Primeira República e sua capacidade em promover uma eficácia comunicativa. Se levarmos em conta as distintas manifestações da heroicidade brasileira, veremos que, com Caramuru, é intensificada a leitura picaresca do Programa Político proposto: à ingenuidade e à religiosidade de Jeca Tatu são acrescidas a sensualidade e, sobretudo, à malandragem instaurada por Macunaíma. Percebe-se a junção dessas características na ilusão de Diogo ao acreditar que, obtendo o prêmio de “Grande promessa da pintura portuguesa”, teria sua carreira consolidada. O mesmo acontece com os desenhos feitos no mapa de Cabral - para ele se tratava de arte e não mera ilustração. Diogo, tal qual Jeca no contexto rural, é incapaz de conduzir a própria vida, deixa-se levar. Após condenado como degredado, Diogo é incapaz de questionar a respeito da pena que lhe fora imputada - nem mesmo quando instigado por seu companheiro de embarcação, o

louco Heitor (papel atribuído a Diogo Villela): "Roubar um mapa da cartografia? Que motivo mais estranho para ser degredado".

A colonização, a religiosidade e o trabalho são temas reiterados na narrativa de *Caramuru, a Invenção do Brasil*, e, por isso, podem ser entendidos como conectores isotópicos, que promovem leiturabilidade e fornecem sentido ao texto fílmico. Se relacionarmos a respectiva tríade temática ao Programa comunicativo promovido pelo Estado, perceberemos que o filme deflagra a impossibilidade da concretização do Projeto proposto à Nação - implementação de ordem para a obtenção do progresso - dado o ethos do colonizador e do índio avesso ao trabalho e à reflexão com vistas ao progresso nacional, destituído de qualquer traço heróico. Vale pontuar que a questão do trabalho surge com muita força nas personagens precedentes que o vêem como um castigo. Do jornal, Jeca Tatu fazia o mínimo que garantisse sua sobrevivência. Da literatura, Macunaíma não deu conta de adequar-se ao mundo do trabalho presente na cidade de São Paulo. Na película, ninguém quer trabalhar.

Em *Caramuru, a Invenção do Brasil* tanto os portugueses como os franceses são exibidos como interesseiros e gananciosos – características atribuídas aos estrangeiros resgatadas, por Mário de Andrade, em *Macunaíma*. Esse ethos é reiterado pela ação dos personagens Vasco de Ataíde e Marquesa Isabele (papéis destinados a Luis Melo e Débora Bloch) quando a mentira e a trapaça são tomadas como essenciais para obtenção de sucesso e riqueza – fundamentais para viver na Corte. Aos índios foram atribuídas características que igualmente encontramos nas outras personagens, apresentadas anteriormente, e que ajudam a traduzir o povo brasileiro.

Embora caricaturizados, os indígenas são exibidos de forma ambígua: ingênuos e espertalhões. Ora são ludibriados com acordos que os prejudicam, vendem-se por quinquilharias; em outros momentos, como são conhecedores da ânsia do colonizador pelo ouro, valem-se da lenda do El Dorado. “Há cinco luas de distância onde o sol se esconde atrás da montanha faiscante. O chão se cobre de pedras de luz. Os nossos antepassados ensinaram que são como estrelas caídas”. Negociando a respeito da exploração do Novo Mundo posicionam-se mesmo sem atender para as consequências do que avalizam. Itaparica sabe de sua posição frágil no caso de guerra contra a permanência do estrangeiro em suas terras. Apresenta-se como chefe; porém, quando o assunto é trabalho, simula delegar poder ao seu genro - Diogo. Vale registrar que Itaparica não tem o trabalho incorporado à sua cultura e exime-se do esforço em realizá-lo. A frase do cacique revela o contexto no qual está inserido: “Bom demais. Ele trabalha (Diogo), você lucra (Vasco) e eu não faço nada. Pra mim tá tudo certo. Tudinho”. Ao mesmo tempo em que é enganado, o índio também quer levar vantagem. Em algumas cenas, os índios são mostrados comercializando produtos com o estrangeiro - remédios e pulseiras. Em 36 segundos, a película mostra Itaparica em seu fazer e deflagra seu ethos.

Olha a pulserinha! Uma é três, três é dez. Já está acabando! Compra também remédio do índio, maravilha curativa da floresta, traz força pro marido, felicidade pra esposa. Feito da semente mais rara e da raiz mais profunda. É bom pra passar na cara, é bom pra passar nas costas. Olha o remédio do índio!



Itaparica furta o cigarro de Vasco de Ataíde - que consente com a ação realizada.

Figura 14

O índio, tal qual o estrangeiro, também queria levar vantagem.

O terreno é uma beleza! Não tem maremoto, terremoto, furacão, nada disso. Vista consolidada. Tem praia pras crianças. Cinco mil quilômetros. E a localização? No meio do caminho para as Índias. Floresta, minério. Lugar para estacionar. Dizem que pro sul tem até a tal de neve. Olha, eu posso fazer pro senhor um precinho camarada, bem bom mesmo: um espelho. Mas tem que ser espelho do bom!



Estas imagens reiteram o comportamento do cacique.
 Nas primeiras imagens, engana o europeu com uma pedra de ouro.
 Depois toma um anel com a promessa de encontrar pedra semelhante.

Figura 15

Percebe-se que a colonização é carnavalizada por exibir-se de modo contrastante com o Novo Mundo e através de oposições que metaforizam o Velho e o Novo Continente: trabalho/preguiça; monogamia, poligamia. A religião é vinculada ao Estado e aos interesses políticos coloniais e à ingenuidade das pessoas que nela crêem. No filme, todas as personagens que trabalham, são exibidas como gananciosas e/ou vaidosas – os que não têm o trabalho incorporado à sua cultura, como os índios – são exibidos como preguiçosos, malandros e aproveitadores.

O índio também é mostrado como paráfrase carnavalizada do herói nacional mais antigo, tanto em seu fazer como em sua figuratividade. O figurino e a maquiagem também dão o tom do processo de inversão e, sobretudo, de carnavalização das personagens em consequência do estranhamento⁸³ produzido pelo contraste entre o que é mostrado e as referências indígenas contidas no imaginário social.



Figura 1

⁸³ Vale elucidar que o estranhamento pode ser entendido como a produção de uma inferência que permite ler o que está sendo apontado, porém numa percepção mais difícil, porque não oferece os habituais condicionamentos da recepção receptiva. Ferrara (1986, p. 35) fala de forma objetiva sobre o estranhamento e, levando em conta o pensamento de Chklóvski, apresenta uma base sintética: “Estranhar consiste em construir, através da linguagem, circunstancias singulares de recepção”.



A imagem de Paraguaçu foi extraída de seu casamento com Diogo na França. O vestido de noiva é totalmente carnalizado por conta do modelo, da fenda, das botas e do cromatismo.

Figura 17



A maquiagem dá concretude ao figurino corroborando para a carnalização. Enfeites empregados pelos índios estão presentes no filme sem o compromisso de reproduzir o modo como eram usados na época do Descobrimento. Nessas imagens verificamos que o urucum e as penas foram utilizados, fazendo referência à moda dos anos vinte. A borboleta gigante, que estaria dentro da oca, só se justifica como índice da carnalização contida/expressa na cena.

Figura 18



Figura 19

4.2.2 De degradado a rei

A trama que envolve o Descobrimento do Brasil e a ascensão de Diogo como Rei do Novo Mundo é sustentada pela enunciação. Em *Caramuru, A Invenção do Brasil*, o público é envolvido a pari passo por uma atmosfera persuasiva desde o início, por conta da enunciação que se descortina nos primeiros minutos do filme. A enunciação enunciativa se entrelaça com a enunciação enunciativa, configurando um espesso fio condutor indissociável da trama, demarcada pela conjunção, nem sempre de medidas iguais, de objetividade e subjetividade, dada à projeção das imagens e profusão musical que se sobrepõem ao eixo narrativo.

A enunciação corrobora para a consolidação da persuasão da narrativa sobre o público. A visita da Marquesa de Sevigni, Isabele Davezq, papel interpretado por Débora Bloch, à casa de Diogo, serve de ilustração. Em menos de três minutos, ela manipula o jovem e o convence, através da sedução, a infringir a lei, retirando um mapa da cartografia com o pretexto de desenhá-lo. A enunciação enunciativa é

identificada na fala proferida pela Marquesa, enquanto que a enunciação enuncia soma-se à fala e à performance de Diogo, exprimindo e dando concretude aos desenhos por ele imaginados. As duas imagens abaixo são exibidas ao público de modo a corroborar a enunciação proferida pelo pintor e ilustrar o modo como iria retratá-la, associando-a ao grande assunto da época: as navegações.



Figura 20

Soma-se à subjetividade, contida em *Caramuru*, outro elemento que ajuda a dar densidade às cenas e atua como condutor da trama: o som. Nessa mesma sequencia que estamos analisando, percebemos que, logo depois de a Marquesa bater à porta da casa de Diogo⁸⁴, e enquanto a porta é aberta, a produção insere uma

⁸⁴ “I (Isabele)- Diogo Álvares eu vim me por a disposição de seu gênio.

D (Diogo) - Deve haver algum engano.

I- Eu vi o retrato que você fez da condessa de Sintra, um verdadeiro milagre da imaginação. Quase não a reconheci com cabelos. Se foi capaz de criar beleza a partir daquele horror o que não será capaz de criar se eu lhe servir de modelo.

D- minha senhora, melhorar o que é feio é ofício dos artistas, mas uma beleza como a sua só Deus é capaz de produzir.

I- Infelizmente a beleza é passageira. Não me negue o privilégio de ser imortalizada pela sua arte.

D- Eu é que vou ficar conhecido como o autor do retrato de...

I -Isabele Davezac, marquesa de Sevigni. Quero levá-lo ao mais alto píncaro da glória. Estou disposta a fazer todos os sacrifícios. Pousarei a você inteiramente nua.

música que dura pouco mais de sete segundos, cooperando com o contexto e com a expressão envolvente feita pela atriz, explicitamente simulada e simuladora⁸⁵.



Figura 21

D - Ah, Dona Isabele não vou lhe decepcionar. Farei a senhora encarnada em Vênus a deusa grega da beleza. Ela surge inteiramente nua numa concha do mar, Zéfir o vento do oeste sopra seus longos cabelos e uma ninfa lhe estende um manto florido que cobrirá a sua magnífica nudez.

I Belíssimo! Você deve retratar o seu século. Sua Glória deve estar associada às de Portugal. O quadro tem que abordar o grande tema de hoje

D - Os descobrimentos!

I - Exatamente.

D - O corpo descoberto de mulher comparado com a terra também despida e finalmente revelada pelas grandes navegações.

I - e os dois, a terra e o meu corpo revelados aos homens por um artista genial

D - Será minha obra prima, um quadro para a galeria do Rei.

I - Não, um quadro é pouco. Uma obra dessa magnitude não pode ficar pegando poeira entre marinhas e madonas. Que a sua obra se immortalize no próprio mapa de Pedro Álvares Cabral”.

⁸⁵ Na partida da nau de degredados, verifica-se outro momento em que a música atua como elemento subjetivo. O background que embala a despedida e juras de amor entre Diogo e Isabele é interrompido pela chegada de Vasco que, ao apoderar-se da rosa destinada a Diogo diz: “Uma rosa, uma dama e uma partida. Cheire-a com gosto. Aonde vais elas não existem.... Despeça-se de Portugal!” Outra música é inserida, gerando tensão.

Em várias passagens, essa enunciação mista é enfatizada na sequência de incidentes que condicionam a vida de Diogo na narrativa: seus encontros não previstos com Vasco de Ataíde, suas passagens com Isabele, com as índias Paraguaçu e Moema, e os momentos densos com Itaparica. Afinal, a personagem sobrevive a um naufrágio, livra-se das perseguições, por parte de Vasco, e, também, por duas vezes, dos índios. A enunciação também reitera a fragilidade de Diogo que, em momentos de apuros, tem desmontada toda a simulação de coragem e valentia que projeta na tentativa de se fazer aceito. Quando informado que sua carne iria servir de refeição aos índios, a personagem altera a trama enunciativa, passando para a esfera enunciva, apresentando argumento inverso para escapar da situação que lhe era imposta. Para isso, grita: “[...] eu sou um covarde. Vou contaminar a vossa tribo. Seus guerrilheiros vão virar uns poltrões depois não digam que eu não avisei”.

Outro momento em que as enunciações são alteradas, passando do eixo enuncivo para o enunciativo, refere-se à transformação da personagem que, de caça, passa a ser visto como herói Caramuru “Deus do Trovão”. Diogo, em fuga, cai e, ao ver-se completamente sem alternativa, reza: “Santana que pariu Maria, que pariu Jesus Cristo. Assim como essas palavras são certas a divina providencia há de me estender sua mão”. Ao olhar para a árvore ao seu lado, depara com uma arma presa no tronco. Desesperado, demonstrando falta de intimidade com o manejo do objeto em mãos, atira sem determinar um alvo. Nesse instante, marcado subjetivamente pela suspensão da trilha sonora que demarcava a perseguição e inserção do silêncio, para acentuar o estrondo da arma e a revoada de pássaros, Itaparica, o cacique, com uma ave em mãos, questiona: “Mas que pipoco é esse de matar urubu?” Diogo responde: “Não seria uma arara”. Este é o momento revelador não só para os Tupinambás que

crêem que ele seja uma espécie de salvador, mas para Diogo que, atônito, dá-se conta do poder diante dos índios, obtido por conta da arma. Sua vida foi poupada pela crença dos índios de que Diogo era Caramuru, capaz, portanto, de desenvolver outras armas.

Na sequência que acabamos de descrever, a música é importantíssima enquanto fator persuasivo e, ao mesmo tempo, determinante para registrar a performance dos índios, que praticam a ação, e de Diogo, que sofre com a perseguição. Além disso, a sonoplastia⁸⁶ empregada pontua o grande momento de mudança do eixo enunciativo e da transformação da personagem protagonista: de caça, Diogo passa a ser rei da tribo, “o maioral dos tupinambás”.

⁸⁶ Cabe salientar que a música também demarca e identifica outras passagens de Diogo: seus encontros com Isabelle, Diogo, com o algoz Vasco de Ataíde e com Paraguaçu.



Imagens que ilustram a transformação da personagem – de degredado e caça para Caramuru.

Figura 22

Depois de ser chamado de Caramuru, ganhar mais regalias e tempo para a produção de outras armas, o protagonista é questionado quanto à produção dos “pipocos para a guerra”. O novo herói improvisa justificativa: “Infelizmente, os deuses não tem sido favoráveis”. Mesmo tendo adquirido respeito entre os índios e portando-se aparentemente como um guerreiro, não dá conta de manter a postura de líder dos tupinambás quando informado a respeito da presença de várias embarcações. Ao reencontrar Vasco de Ataíde, que volta ao Novo Mundo, desta vez com uma embarcação francesa, ajoelha-se e clama pela vida: “Senhor Vasco, perdoe esse inocente que lhe suplica pela vida... Sou apenas um degredado excelência”.



Figura 23

Verificamos que a enunciação, ao apresentar a performance de Diogo, exprime, progressivamente, um ethos frágil, tendo em vista as características imputadas ao herói republicano. Entretanto, à medida que essa fragilidade é reiterada nas adversidades vividas pela personagem, é expressa crítica aos mais variados contextos: ao mundo das artes; à hipocrisia dos costumes; à ambição dos colonizadores e seu modo de vida e também ao Novo Mundo – especificamente ao índio que se deixa dominar e seduzir pelo europeu.

A escolha vocabular e a disposição dos intertextos, extraídos da cultura nacional e também de obras difundidas pela mídia, fazem parte da enunciação e corroboram com a adesão do público em relação à obra fílmica. Certamente, não houve intenção por parte dos diretores em aproximar a fala das personagens à época narrada. Afinal, a opção de adotar a Língua Portuguesa, tal qual era falada, associada ao Tupy Guarani, possivelmente iria requerer bem mais do que tempo de pesquisa e esforço dos atores. Seria necessário legendar o filme, o que exigiria mais atenção do

público. Nesse aspecto, verifica-se também a inversão, pois os índios são apresentados falando o idioma do colonizador, embora sejam singularizados por apresentar um vocabulário repleto de expressões meticulosamente escolhidas na cultura nacional que contempla regionalismos, além de diversos sotaques – que simbolizariam, valendo-nos de Darci Ribeiro (1996), os vários Brasis. O sotaque das personagens, somado a articulação vocábular, é que os diferencia.

Nesse ponto, retomamos a obra de Mário de Andrade. De *Macunaíma* foram extraídas várias expressões reiteradas na performance de seu herói picaresco. As palavras brincar e festinhas foram empregadas em *Caramuru, a Invenção do Brasil*, no contexto relacionado à sensualidade. Na realidade, a influência de Macunaíma é tamanha que a obra pode ser entendida como um grande intertexto capaz de auxiliar toda a trama fílmica. Já mencionamos o comportamento do protagonista e dos índios que se assemelham à personagem andradiana, intitulada herói de nossa gente.

Os conflitos e a malandragem apresentada por Diogo ganham expressão quando associados a elementos/textos de conhecimento do público, cuidadosamente inseridos na narrativa. Diogo vale-se de uma brincadeira infantil que entoa como uma prece às avessas na tentativa de livrar-se da situação em que se encontrava - na iminência de escolher uma das índias para si. "Minha mãe mandou eu escolher essa daqui, mas como eu sou teimoso escolho essa daqui". Não dando conta, invocar Camões – como explicamos no parágrafo a seguir.

O soneto 11, de Luís Vaz de Camões, originado do texto bíblico Coríntios 13, conhecido do público, dada sua difusão literária e também pelo sucesso do poema canção *Monte Castelo*, que se vale dos versos do poeta português, cantado por Renato Russo, líder do grupo de rock Legião Urbana, foi empregado em dois

momentos. Primeiro, Diogo utiliza alguns versos para explicar o significado da palavra amor a Paraguaçu quando a conhece; logo depois de chegar ao “novo mundo”. “O amor é fogo que arde sem se ver/ É ferida que dói e não se sente/ É um contentamento descontente/ É dor que desatina sem doer”. Depois, a personagem vale-se do poema na tentativa de justificar seus sentimentos no drama amoroso que vive, ao dar-se conta da impossibilidade de ter o amor das duas índias só para si. Ele profere três estrofes que dão continuidade ao texto poético, anteriormente apresentado: “O amor é estar preso por vontade/ É servir a quem vence o vencedor/ é ter com quem nos mata lealdade”, para então emitir sua conclusão: “O amor é uma desgraça”.

Esse “jogo de cintura” da personagem revela sua malandragem, intrínseca em seu fazer, também condicionante para a inversão apresentada pela enunciação, que engloba o processo de transmediação – migração das linguagens literária, televisiva e cinematográfica - enaltecendo as características de carnavalização que, associadas aos conectores isotópicos, reforçam o “mundo ao revés”. Dessa forma, podemos dizer que inversão constitui-se em um procedimento de linguagem, bem como a mediação do herói e sua comunicabilidade que colocam em cena o descobrimento oficioso do País, apresentado “ao revés” do que o Estado propunha, apresentando-se a “paródia de um descobrimento ordinário”, com um herói burlesco: Caramuru.

4.3 SEU CREYSSON: PERSONAGEM EM ASCENSÃO

Seu Creysson foi apresentado ao público em 2002 e interpretado pelo humorista Cláudio Manuel, que integra o Programa Humorístico *Casseta & Planeta*,

*Urgente!*⁸⁷, veiculado pela Rede Globo de Televisão desde 1992. O êxito do Programa, antes exibido mensalmente, garantiu presença semanal na grade de programação.

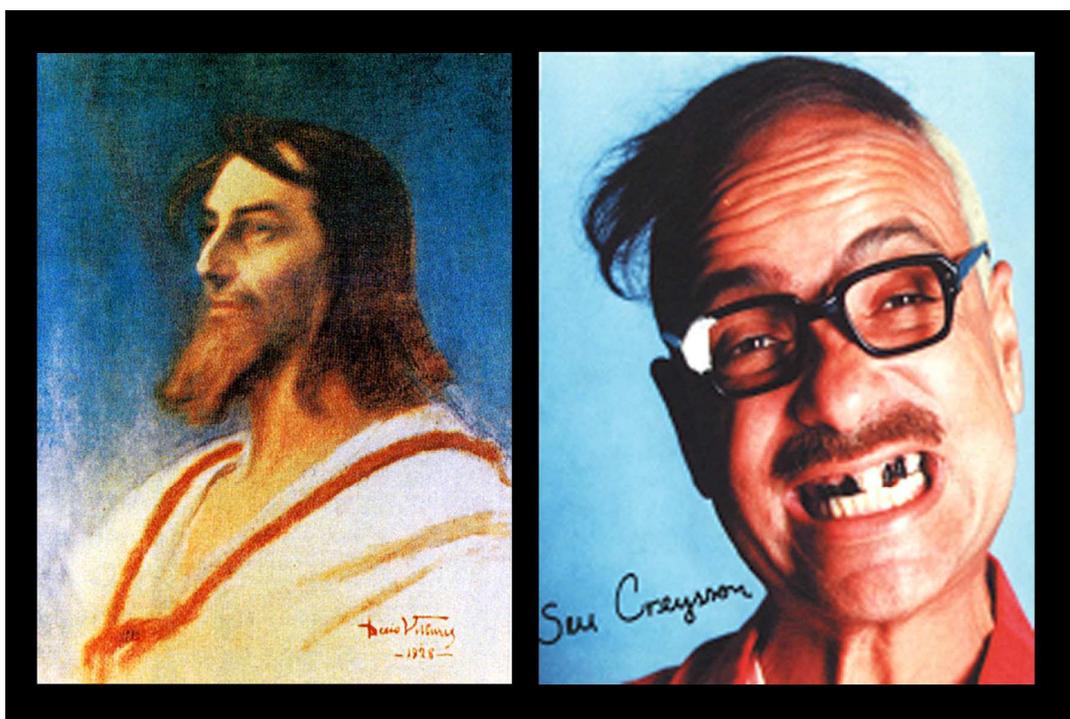
Seguindo a linha do “jornalismo-mentira e humorismo-verdade”, Casseta & Planeta, *Urgente!* busca, por meio de paródias ao jornalismo convencional e a outros programas televisivos, desenvolver um modo engraçado e particular de tratar os fatos da atualidade (DICIONÁRIO DA TV GLOBO, 2003, p. 697).

O sucesso do personagem pode ser explicado mediante a junção de alguns fatores que rompem com as características imputadas ao herói nacional, verificadas, sobretudo, se o contrastarmos com a figura de Tiradentes. O herói republicano foi constituído mediante a reelaboração do Passado histórico nacional, para dar visibilidade e distinção ao novo Regime político. Ao personagem foram acrescentados valores heroicos, e seu rosto foi pintado com traços que o assemelhavam a Cristo, na tentativa de facilitar sua recepção de modo duplo e complementar: como emblema republicano e como salvador.

Seu Creysson surgiu com a República consolidada. O personagem, tramado pela crítica aos elementos resultantes do sistema político, expressa os brasileiros marginalizados, parcela representativa da população, e é exposto como caricatura do

⁸⁷ Inicialmente o Programa era mensal, mas a partir de 17/04/1998, passou a ser semanal. De acordo com o Dicionário da TV Globo (Volume I, 2003 p. 692-693), os textos do Programa humorístico inicialmente eram produzidos por Helio de La Peña, Reinaldo, Marcelo Madureira e Beto Silva. A partir de 1998, o grupo contou com a colaboração de Luiz Fernando Veríssimo, Alexandre Machado e cinco integrantes do Grupo Esparro. “Desde a estréia, Casseta & Planeta, *Urgente!*, já recebeu vários prêmios de melhor programa de humor da televisão, como o Troféu imprensa de 1993 e 1999 e o Qualidade Brasil de 2001 e 2002. No rastro do sucesso do humorístico o grupo lançou muitos livros de piadas e produtos com a marca Casseta e Planeta” (DICIONÁRIO DA TV GLOBO, 2003, p. 693).

brasileiros, destituídos de quaisquer características heroicas. Enquanto Villares apresenta a imagem de Tiradentes, representado com *status* de herói salvador, de olhar seguro, vislumbrando futuro para a Nação, o retrato de Seu Creysson nos coloca diante de um sujeito arrasado que, ao expor-se, revela sua miséria e, ao sorrir, assume a condição que denuncia o contexto ao qual pertence.



gura 24

Ao contrário de muitos personagens televisivos, caracterizados para o desempenho de um único papel em várias narrativas, Seu Creysson, a cada episódio, surge com novas competências para o desempenho de funções distintas, entre elas: mercador, garoto-propaganda, candidato político. Essa indefinição no fazer do personagem pode ser entendida como traço que não permite que ele seja caracterizada com facilidade, uma vez que o papel narrativo a ele atribuído é ambíguo. O envolvimento do público acontece em virtude do apelo de

entretenimento feito, primeiramente, através da comicidade, mas sua adesão é mensurada e sentenciada pelo tempo em que o personagem permanece no Programa, validado através de pesquisas de audiência - medida que destina, aos receptores, peso preponderante quanto à vigência do personagem.

A Rede Globo expôs Seu Creysson de formas endógena e exógena. Internamente, a exposição foi feita através de comentários e entrevistas em programas da Emissora e por meio da utilização do Internet como mídia de apoio que, à maneira de um efeito multimidiático, suplementa a exposição da personagem, através da adequação da página eletrônica do *Casseta & Planeta, Urgente!*. Nesse sentido, a caracterização do personagem, a participação efetiva do público e a publicidade indireta, feita em torno do personagem, são determinantes.

Valendo-se da memória social e dos regionalismos que influíram no modo como o personagem foi concebido, o diferencial básico se apoia, justamente, no modo de falar. Essa singularidade foi o mote para sua exposição. Em 2004, foi introduzido na página eletrônica um mecanismo que possibilitava traduzir a língua portuguesa para a linguagem de Seu Creysson, oportunizando ao internauta o envio de mensagens no “dialeto” do personagem. Em 2010, a estratégia empregada para explorar o personagem foi o Jogo da Força⁸⁸. A proposição da brincadeira e a participação do internauta consolidam a estratégia persuasiva adotada que auxiliou a validar a adesão do público quanto ao sucesso do modo de falar do personagem.

⁸⁸ O grupo do Casseta & Planeta recruta mais uma vez a memória de seu público ao apresentar a antiga brincadeira que consiste em adivinhar a palavra solicitada através de uma dica. O referido jogo foi nominado *Fôrquia do Seu Creysson*. O jogo fornece a regra: “Voce precisa descobririo a palavria quié pedidia na díquia. Cada vezie que voce cometeri um êrrio, Êuzio vou sêndio inforcadio. Acerti as palavrias antis di voce enforcarmi a mim mêmio”. Verifica-se a presença de elementos simples de manipulação, incentivando e desafiando que o jogador continue. Conforme o internauta acerta/ou erra, o personagem surge para parabenizar e instigar a seguir com a próxima pergunta “Parabênzio! Mas éssia estava muicho fáciu, quério veri acertari a próxima”. “Voce perdêurio! Precisia istudiari maigi. A palavria corretia era...”. Enquanto o jogador erra, se vê na iminência do riso, pois seu Creysson vai sendo colocado na forca, em partes, sorrindo.

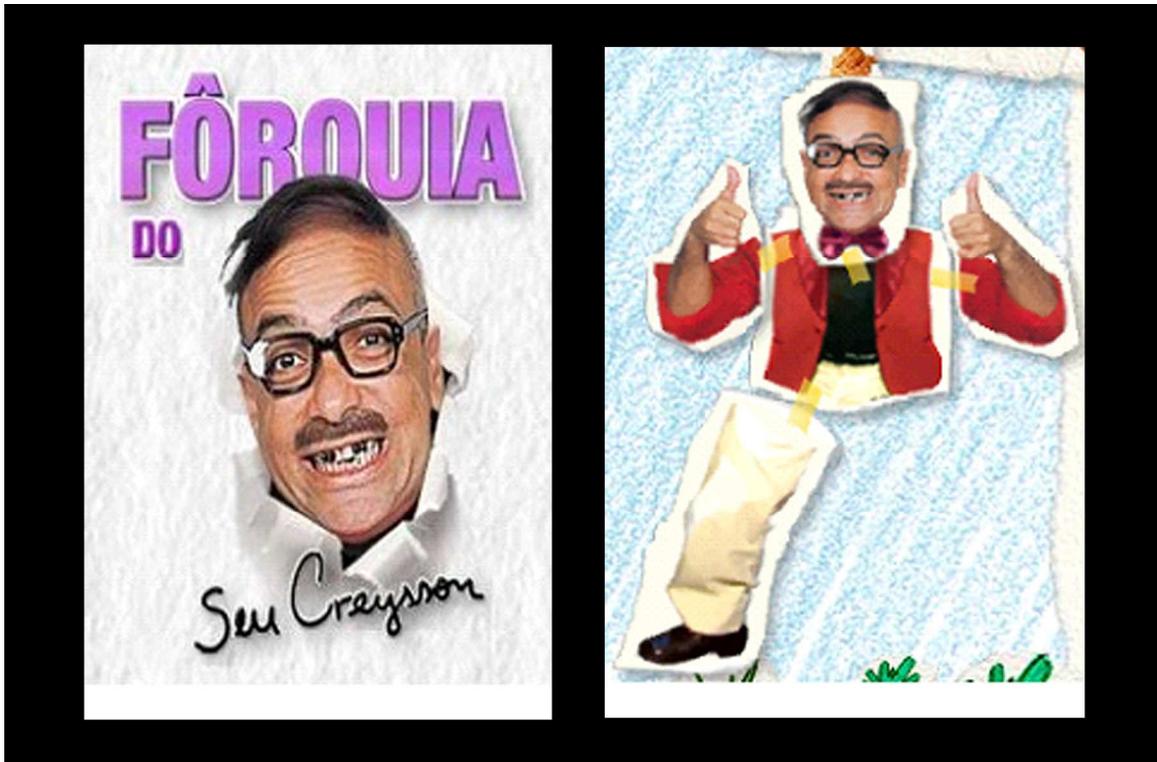


Figura 25

Externamente, o personagem foi posto em pauta em outros veículos da emissora. No programa *Por Traz da Fama*, exibido em 20 de março de 2005, pelo Multishow, canal que integra o Grupo Globo, Cláudio Manuel, que interpreta Seu Creysson, afirmou que a proposta do Programa é “ultrapassar limites, rir do ridículo, repensar e fazer indústria cultural com qualidade”. Se relacionarmos a declaração do humorista com o personagem que interpreta, podemos inferir que, ao subverter as convenções nos contextos em que é exposto, Seu Creysson incita a crítica e atua como contramediação em relação ao herói nacional concebido pelo Estado-Nação e seu aclamado modelo simbólico.

Ainda quanto à publicidade indireta, vale registrar que a editora Objetiva lançou, em 2002, a biografia do personagem *Seu Creysson Vidia I Óbria*, com

piadas, e o *Dicionário da Língua Portuguesa do Seu Creysson*. O sucesso da publicação garantiu presença na lista das 10 obras mais vendidas no País, por 22 semanas, classificada como literatura de ficção, segundo a Revista Veja. Além disso, foram comercializados outros produtos com a imagem do personagem, como DVD, além das camisetas.

4.3.1 Seu Creysson: herói da politicagem

Valendo-se da memória social dos brasileiros, através da simulação do mesmo cenário projetado em época eleitoral, o personagem, alçado a concorrer à presidência do País, celebra a politicagem acompanhada por 6000 pessoas, num *showmício*, em São Paulo, na Praça da República⁸⁹, na manhã de 27/09/2002. “O carnaval” feito pelo personagem rendeu 20 minutos de exibição no Programa *Casseta & Planeta, Urgente!*⁹⁰, no dia 1º/10/2002 e atraiu a atenção de outros veículos de comunicação que aderiram à persuasão pública, inaugurada pelo personagem. Essa adesão comprova a interação promovida pelo personagem, que ultrapassou a mediação instaurada pelos produtores do *Casseta & Planeta, Urgente!* – da praça para o ambiente televisivo – e reverberou em outros meios de

⁸⁹ Segundo informações da Prefeitura de São Paulo, a Praça da República começou a se formar no Século XVIII, nas terras que pertenciam ao tenente José Arouche de Toledo Rendon. O local seria utilizado para exercícios militares, realização de festas, cavalgadas e touradas, além de servir como pasto de animais – que justificaria o nome que recebera ‘Largo dos Curros’. O nome atual data de 1889, por conta da Proclamação da República. Para Bakhtin (2002), a praça promovia um tipo particular de comunicação por conta da adoção de um vocabulário que abolia distâncias entre os indivíduos, quebra da etiqueta e da decência.

⁹⁰ De acordo com matéria publicada pelo Jornal O Estado de São Paulo, em 08/09/2002, os integrantes do Programa *Casseta & Planeta, Urgente!* optaram por trabalhar o humor em torno das eleições, marcadas para 27 de outubro de 2002, por meio de candidaturas fictícias para Presidência da República, “com o objetivo de trabalhar o processo eleitoral sem correr o risco de repressões do Tribunal Superior Eleitoral”.

comunicação, como o jornal e a Internet. O evento teve nova edição e foi inserido no DVD *Casseta & Planeta, Urgente! Melhores momentos*, lançado no mesmo ano⁹¹.

Várias matérias jornalísticas foram elaboradas em função do evento e, se levarmos em conta a hipótese contemporânea de pesquisa em comunicação, denominada *agenda-setting*⁹², que apresenta a mídia como responsável por influenciar a agenda do leitor/espectador, através dos assuntos apresentados, poderemos encontrar elementos que sinalizam a “sugestão” para inclusão da *performance* de Seu Creysson na pauta dos assuntos do telespectador. Além da *agenda-setting*, podemos dizer que o personagem, por ter virado notícia, também fez parte de outra hipótese de pesquisa, denominada *Newsmaking*, que vai referenciar aspectos vinculados ao valor da notícia (brevidade e atualidade) e também relativos aos meios de informação como material visual e verbal. Segundo Holfeldt (2001), a hipótese enfatiza a potencial transformação dos acontecimentos cotidianos em notícias.

Segundo matéria publicada pelo jornal *Agora São Paulo*, de 28 de setembro de 2002, alguns candidatos pegaram carona no comício fictício. Cabos eleitorais de Geraldo Alckimin (governador - PSDB), Romeu Tuma (senador - PFL) e Turco Loco (deputado estadual - PSDB) distribuíram santinhos. Isso significa que os referidos políticos não perderam a oportunidade de “marcar presença” e não dispensaram a

⁹¹ Para o DVD, foi realizada reedição do material exibido no programa de televisão. Dos 20 minutos veiculados, foram mantidos seis minutos e cinquenta e cinco segundos. A edição privilegiou a chegada do personagem ao local do evento, sua interação com o público, em detrimento às paródias apresentadas pelos artistas presentes – apenas o da banda Ultraje a Rigor foi mantida. Também o quadro exibido no programa televisivo com o outro personagem, candidata fictício, que disputava a eleição com seu Creysson foi retirada.

⁹² A formulação clássica da hipótese do *agenda-setting* foi apresentada por Shaw (*apud* WOLF) em 1976, e defende que “em consequência da ação dos jornais e da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência de incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo” (WOLF, 2001, p 144).

carona da “política ficcional”, já que as pessoas na praça (eleitores) estavam fazendo parte de uma simulação com o personagem (candidato/fictício), em uma alusão direta ao que vivenciavam em mais um momento eleitoral. Pimenta da Veiga, fonte entrevistada na mesma matéria, coordenador político da campanha de José Serra, declarou: “É ruim induzir pessoas a brincadeiras com o principal instrumento democrático, que é o voto” (Agora São Paulo, 28/09/2002). Para analisar a frase proferida pelo político, vale recorrer aos ensinamentos da semiótica discursiva, de raiz greimasiana.

Greimas (1983) lembra que a interpretação envolve tanto o reconhecimento como a identificação, e a verdade é reconhecida ou construída através de uma comparação entre o que é proposto pelo enunciador, no caso Seu Creysson, e aquilo em que o enunciatário já acredita ou domina. O político equivocou-se, uma vez que a proposta apresentada pelo grupo de humoristas, encenada pelo personagem, não minimizava a importância do voto. Ao contrário, o voto é apresentado de maneira crítica a toda a sociedade, incitando os políticos a desenvolverem comportamento análogo em relação a campanhas em desenvolvimento. Pode-se afirmar que o sucesso da personagem, no evento em questão, deu-se pelo efeito de realidade – responsável por atar e articular a exploração de temas reais à cena política simulada.

O efeito de realidade designa, pois, o efeito produzido no espectador pelo conjunto dos índices de analogia em uma imagem representativa [...]. Trata-se no fundo de uma variante, recentrada no espectador, dá idéia de que existe um catálogo de regras representativas que permitem evocar, ao imitá-la, a percepção natural. O efeito de realidade será mais ou menos completo, mais ou menos garantido, conforme a imagem respeite convenções de natureza plenamente histórica (AUMONT 2004, p. 111)

Na análise em questão, tanto no quadro televisivo como no trecho apresentado no DVD, lançado pelo grupo, temos o efeito de realidade evocado por todos os elementos que compõem a cena política desenvolvida no comício da Praça. Lá estavam políticos, artistas, cabos eleitorais, povo. Desse modo, o personagem estabelece conexão com o imaginário coletivo: o contraste entre a vida dura dos brasileiros e a *performance* dos políticos⁹³. A atmosfera persuasiva foi sendo instaurada desde a preparação do evento marcado pela distribuição de camisetas e faixas, mas ganha força com a vinda da personagem em carreta num fusca popular, gritando em alto-falante em meio às pessoas, jogando santinhos como se a personagem estivesse, de fato, participando da eleição.

⁹³ De acordo com dados apresentados por institutos de pesquisa, a confiança nos políticos, bem como no trabalho desenvolvido na Assembleia Legislativa, Câmara Federal e Senado, caiu em descrédito pela população. O encarte *Tendências*, contido no volume nº 12 de Opinião Pública (maio de 2006, Campinas), apresenta compilação de dados de 1987 a 2006 a respeito da opinião pública quanto à política brasileira. Para nossa pesquisa, valemo-nos dos índices de confiança nos políticos e nos partidos. Nesse sentido, houve períodos de declínio e de recuperação. De acordo com pesquisas nacionais realizadas pelo IBOPE, em agosto de 1991, 91,15% dos entrevistados não confiavam nos políticos. Em 05/2005, o índice caiu para 11,7 e, em 08/2000, subiu para 14,9%. Também em 2005, o Centro de Pesquisa de História Contemporânea do Brasil, da Fundação Getúlio Vargas, realizou pesquisa com 1.522 pessoas que, através de questionário, revelaram que 79% dos brasileiros acreditam que o serviço público seja corrupto; para 72% dos entrevistados a maioria das pessoas que se envolvem na política é em benefício pessoal. A Associação dos Magistrados Brasileiros (AMB) realizou pesquisa com 2.011 pessoas, residentes no País, no período de 4 a 20/08/2007. O método de amostragem nos Estados da federação revelou que a confiança nas instituições públicas estava comprometida: 80,7% dos entrevistados não acreditam no Senado Federal, 83,1 não confia na Câmara dos Deputados e 74,1% não acreditam no trabalho desenvolvido pelos vereadores – quando perguntados pela confiança nos políticos, 81,9% dizem desacreditar neles. No ano seguinte, a AMB repetiu a pesquisa. Dessa vez, o levantamento foi feito via telefone, e 72% dos entrevistados disseram não confiar nos partidos políticos. Segundo a Folha de São Paulo, de 10/06/2008, em nota, o presidente da AMB Mozart Valadares Pires considerou o resultado preocupante. “Não podemos ficar felizes com os resultados negativos uma vez que não há democracia forte sem instituições capazes de atender expectativas da sociedade”, afirmou. Em 2010, a pesquisa realizada pelo Datafolha Instituto de Pesquisa, de 1/03/2010, revelou que 39% dos entrevistados reprovam o Congresso Nacional e outros 39% consideram regular sua atuação. Apenas 14% dos entrevistados aprovaram a atuação dos congressistas. O Datafolha ouviu 2.692 brasileiros entre os dias 24 e 25/02. A margem de erro para o total da amostra é de dois pontos percentuais para mais ou para menos.



Figura 26

Mencionamos que Seu Creyson pode ser entendido como caricatura do brasileiro; entretanto, quando alçado à Presidência, a comparação direciona-se também ao político brasileiro e, pelo impacto público, a uma nova modelação do herói nacional que, agora, é eletrônico e estabelece mediações à distância de um dispositivo tecnológico. A *performance* do personagem passa a fazer parte do universo simbólico que, no imaginário popular, se alia à figura do político, do homem público e sua atuação. Por meio do humor e da natureza contraditória do cômico (comicidade pela desvalorização de padrões estabelecidos) se oferece o retrato da política nacional: a politicalha. A política, portanto, fornece conexão para o encadeamento de isotopias presentes no discurso.

De acordo com Barros (2002, p. 87), a isotopia⁹⁴ seria proporcionada pela repetição de temas ou recorrência de figuras no discurso, no sentido de assegurar sua linha sintagmática e sua coerência semântica - o que, acrescentamos, asseguraria uma linha de leitura. Os autores Greimas e Courtes (2008, p. 278) corroboram: “[...] o ponto de vista do enunciatário a isotopia constitui um crivo de leitura que torna homogênea a superfície do texto uma vez que ela permite elidir ambigüidades”. Fiorin (2002, p. 81) lembra que, além de a isotopia determinar um modo de ler o texto, auxilia a construção de mecanismos da elaboração do discurso como, por exemplo, no texto humorístico aqui em questão.

No *showmício*, as isotopias são reveladas, sobretudo por Seu Creysson, através do emprego de figuras de linguagem, especialmente da metáfora que, além de auxiliar a persuasão, promove a reiteração da cena política, pela apresentação dos elementos constituintes da performance eleitoral. Segundo Citelli (2004 p. 21), a metáfora é entendida como figura de linguagem capaz de ser elemento de associação responsável pela transferência ou transposição, uma “operação de passagem do plano de base (a significação própria da palavra, ou expressão) para o plano simbólico (representação, figurativo)”.

A metáfora e a metonímia (a metáfora e a metonímia dadas) podem ser tomadas como conectores de isotopias que permitem passar de uma isotopia a outra - num contexto pluri-isotópico. Com isso todo o discurso (ou parte dele) passa a ser construído de metáforas e metonímias projetadas, ou seja torna-se unidade retórica dentro de uma determinada isotopia (FIORIN, 2002 p. 87).

⁹⁴ Segundo Barros (2002, p. 87), a redundância de traços figurativos conotaria a isotopia figurativa que “atribui ao discurso uma imagem organizada”, enquanto que a organização de unidades abstratas, em um mesmo percurso temático, caracteriza a isotopia temática.

Segundo Citelli, o eufemismo, a hipérbole e as metáforas, entre outros mecanismos, atuam na retórica como elementos persuasivos do discurso. O autor apresenta de forma sintética três desdobramentos contidos no discurso persuasivo. O primeiro estaria relacionado à formação de novos comportamentos e hábitos. O segundo, em reformulá-los. “Muitas vezes, os hábitos, pontos de vistas, atitudes de comportamentos já existem não sendo preciso formá-los. Trata-se, portanto, apenas de mudar a direção deles” (2004, p. 45). O último desdobramento refere-se à reiteração do que já existe: trata-se dos conceitos, produtos e serviços que Citelli denominou conformar.

Uma parte das campanhas políticas também trabalha persuasivamente no sentido de reformar pontos de vista, pois pretende convencer o eleitor do candidato X a votar em Y. Para tanto busca mecanismos ao mesmo tempo desqualificadores de X e enlevadores de Y (CITELLI, 2004, p. 46).

Seu Creysson simula ser um político. Para Baudrillard (1991), simular é fingir ter o que não se tem “[...] A simulação põe em causa a diferença entre ‘verdadeiro’ e o ‘falso’ entre o ‘real’ e o ‘imaginário’.” (1991, p. 10). Para o autor, a simulação parte “do princípio da equivalência; parte da negação radical do signo como valor, parte do signo como reversão e aniquilamento de toda a referência” (1991, p. 19). O personagem, representante dos brasileiros renegados do amparo de políticas públicas eficazes, quando posto na posição de um político capaz de disputar o comando do País, enfatiza diferenças estabelecidas, não só centradas na distinção de classes sociais, mas, sobretudo, no âmbito intelectual, de gestão administrativa, como se qualquer cidadão fosse capaz de conduzir o País. Afinal, como as políticas

anteriores não se mostraram eficazes, não é preciso, portanto, ter ou apresentar qualquer característica heroica para comandar a Nação. Na medida em que o personagem é aclamado como futuro representante da nação, tem-se instaurada a carnavalização - proveniente da simulação do momento político e do homem público como herói nacional. A enunciação apresentada pelo personagem apresenta características da enunciação enunciativa e enunciativa (como justificaremos no decorrer deste tópico), alicerçada pela sequência de paródias cantadas pelos artistas que estiveram no palanque eleitoral de Seu Creysson.

A simulação foi importante não somente para alavancar o discurso promovido por Seu Creysson, como também para enfatizar todo o processo cômico, mais especificamente o riso, entendido também como passaporte para a carnavalização - festa realizada em praça pública. Bergson (2004) entende o riso como uma espécie de gesto social. Bakhtin (2002, p. 10) chama atenção para a importância do riso como patrimônio do povo; recurso universal, que atinge todas as pessoas e coisas, inclusive os participantes do carnaval: “o mundo inteiro parece jocoso, no seu alegre relativismo; por último esse riso é ambivalente: alegre e cheio de alvoroço, mas ao mesmo tempo burlador e sarcástico, nega e afirma, amortalha e ressuscita simultaneamente”. É da ambivalência do riso, refletido nas variações do cômico⁹⁵, expandindo-se da alegria à celebração da desgraça, que o personagem manipula de forma provocativa, ao colocar ao revés (pelo avesso) as falsas promessas políticas.

⁹⁵ Cabe registrar que o humor é uma das variedades do cômico ao lado da sátira e da ironia. Vazquez (1999, p. 280) explica que a sátira busca a desvalorização: “Só pode promover a antipatia do leitor ou espectador”. Quanto à ironia, diz ser uma crítica oculta que, para compreender, é necessário ler “nas entrelinhas. Quanto mais oculta, mais sutil e talvez mais profunda”. (p. 281). No caso de Seu Creysson, verificamos a predominância da sátira.

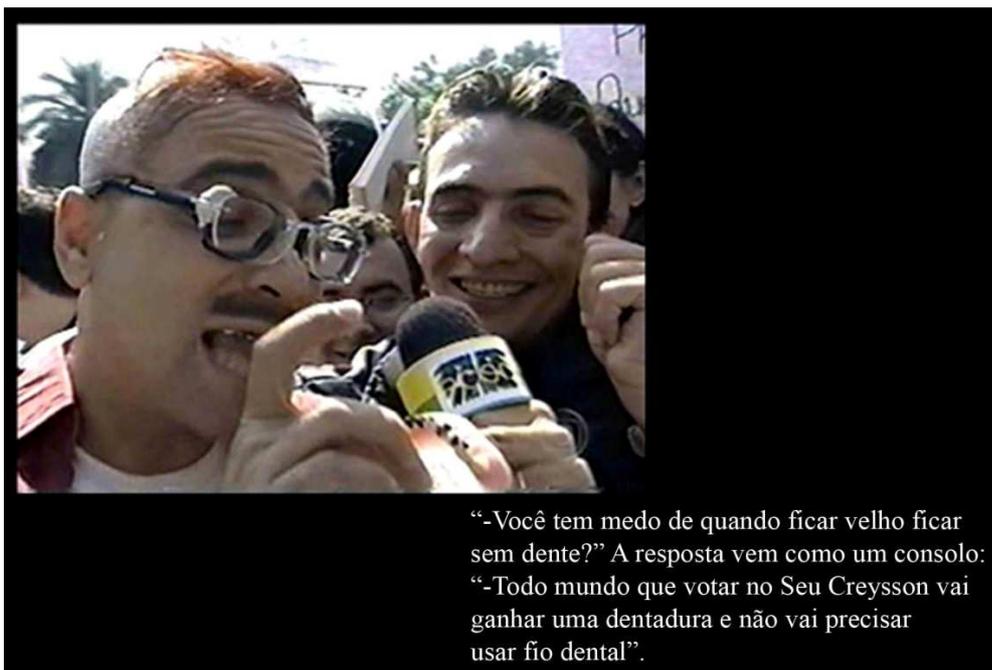


figura 27

A carnavalização constrói a simulação de um mundo, ao confrontar a memória social e o discurso apresentado pelo personagem. Estabelece-se mediado pelo riso e emerge da quebra de convenções sociais e também da sinergia resultante da adesão do público à festa da qual participa. Bakhtin (2002) descreve o carnaval como um mundo ao revés, construído como paródia da vida ordinária, um espetáculo sem palco e sem barreiras sociais. O autor entende o carnaval como: “triunfo de uma libertação temporária do regime vigente, abrindo-se temporariamente todas as relações provisórias, regras e tabus” (2002, p. 8). Nesse cenário, a vida estaria sendo apresentada com elementos característicos de representação. O autor chama atenção quanto ao emprego de vocábulos especiais para tolher distâncias sociais no carnaval.

No caso do *showmício*, percebemos que o modo de falar do personagem cumpriu essa função, ao extrapolar regionalismos e potencializar a comicidade no evento. Todos os participantes foram postos num mesmo plano. Os artistas presentes no palanque eleitoral publicizaram o personagem e expandiram, nas paródias

cantadas, traços linguísticos do personagem, ajudando a resgatar a brasilidade degradada – revelada por Mário de Andrade no personagem Macunaíma.

A partir da *performance* do personagem, exibida na praça, e da interferência da imagem televisiva, sustentada no apelo emotivo alcançado pela projeção de imagens, tomadas aéreas e *closes*, podemos afirmar que a enunciação adotada pode ser entendida como um misto entre enunciação enunciativa e enunciativa, capaz de revelar o avesso daquela brasilidade conferida a Tiradentes.

Sabe-se que, na enunciação enunciativa, há o emprego da terceira pessoa, que promove objetividade ao discurso proferido. Nesse modelo, Seu Creysson posiciona-se em seu discurso “ninguém pode mais do que ele” e enfatiza a quantidade de propostas como argumento principal para ser eleito. Ao contrário, o personagem tem aquela *performance* enunciativa comprometida ao evocar medidas absurdas para melhorar a saúde da população e explicitar feitos impossíveis; o personagem explicita diretamente a que veio: “se dar bem”. Como se assume teoricamente, a enunciação enunciativa traz efeito de parcialidade, adesão do público, e ajuda a consolidação da atmosfera persuasiva ao deflagrar o efeito de subjetividade. Hernandez (2005, p. 127) diz que, na manipulação subjetivante, “o sujeito seria a garantia da verdade- falsidade; tem-se um sujeito explícito falso e um saber verdadeiro oculto”. Seu Creysson, através de sua *performance* enunciativa e enunciativa, representa a politicagem, mas caricaturiza diretamente o político. O personagem simula um discurso político, em um *showmício*, com projeção nacional via televisão. A fala proferida no palanque é destinada a todos aqueles que, de alguma forma, participam do cenário eleitoral. Porém o discurso não parece ser elaborado; ao contrário,

simula ser de improviso, o que remete, à lembrança, a natureza de muitos pronunciamentos políticos. Portanto, a verdade do momento vigora. Maingueneau afirma:

O que o orador pretende ser, dá a entender e mostra: não diz que é simples e honesto, mostra-o através de sua maneira de se exprimir. O *etos* está dessa maneira, vinculado ao exercício da palavra, ao papel que corresponde ao seu discurso, e não ao indivíduo “real” apreendido independentemente de seu desempenho oratório: é portanto o sujeito de enunciação enquanto está enunciando que está em jogo aqui (MAINGUENEAU, 2001: 138)

Seu Creysson mente reiteradamente, acredita no que diz e o *ethos* que apresenta, em geral dos políticos mentirosos e enganadores que se utilizam do caráter, do corpo e do tom como instrumentos para conseguir persuadir. As características expressas e evocadas pelo personagem lhe conferem legitimidade no que faz e, como sua *performance* supõe o cenário político, traduz e expressa a impunidade social ao evocar falsas propostas de Saúde pública, pelas quais oferece dentaduras e promessas impossíveis de serem realizadas. “*Todo mundo vai ter o salário do Ronaldinho*” (o mais bem pago jogador de futebol). “*Cada um vai morar no que é seu, porque no que é meu de jeito nenhum*”. (grifo nosso)

No programa televisivo, e devidamente editado, Seu Creysson, representante do Partido Çosial, tem mais tempo de exibição do que seu adversário Vanderlei, que representa o Partido da Sauna Gay. Assim, Seu Creysson reitera suas promessas e seus trejeitos que são pensados para atingir todos os públicos, já que o eleitor se dispersa entre várias classes sociais. Além disso, é Seu Creysson que exhibe as qualidades que os políticos propagam possuir: ninguém pode fazer mais pelos outros do que ele e, ao contrário dos seus representados, fará tudo o que promete. “*Todo o*

brasileiro vai ganhar o salário do Ronaldinho”. Uma falácia, já que Ronaldinho era um dos jogadores de futebol mais bem pagos do mundo e, no quadro, concentra as aspirações de todos, tornando-se, portanto, metáfora do brasileiro.

Através do ‘carnaval político’, em praça pública, Seu Creysson desautorizou todos os que foram envolvidos por sua *performance*: os políticos, o povo, os artistas e, depois, por extensão, os telespectadores. Mas há outro elemento que suplementou o personagem e que pode ser identificado em sua imagem, elaborada com a superposição de índices que deflagram sua condição social e a caricaturiza: trata-se do grotesco. “Um tipo de criação que às vezes se confunde com manifestações fantasiosas da imaginação e que quase sempre nos faz rir” (SODRÉ, 2002, p. 19). A análise da imagem do personagem pode ser vista sob a perspectiva do realismo grotesco que Bakhtin (2002) denomina como “tipo específico de imagem da cultura cômica popular em todas as suas manifestações”. Bakhtin (2002, p. 22) explica que as imagens grotescas apareceram com vigor no Renascimento e “convertem-se no principal meio de expressão artística e ideológica do poderoso sentimento da história e da alternância histórica”. O autor apresenta outros traços que caracterizam o grotesco:

A imagem grotesca caracteriza um fenômeno em estado de transformação, de metamorfose ainda incompleta, no estágio da morte, do crescimento e da evolução. A atitude em relação ao tempo, à evolução, é um traço constitutivo (determinante) indispensável, que decorre do primeiro, é sua ambivalência: os dois pólos de mudança - o antigo e o novo, o que morre e o que nasce, o princípio e o fim da metamorfose - são expressados (ou esboçados) em uma outra forma (BAKHTIN, 2002 p. 21-22).

Seu Creysson, ao concentrar e expressar as mazelas do povo brasileiro já em sua face (a sobreposição de lentes nos óculos de grau e o emprego de esparadrapo

para consertá-los), apresenta traços que remetem a problemas sociais que são antigos, e reflete, portanto, crítica ao Estado omissos para com a maioria dos cidadãos, desde sua formação. Ao se considerar e ser escolhido como candidato à Presidência, coloca-se como outra e nova alternativa. Afinal, como tantos outros, ele também poderia administrar o País – para tanto era preciso fazer showmício e aparecer na TV. Quanto à presença do grotesco na televisão, Sodré diz que:

[...] caracteriza-se desde o início por uma atmosfera sensorial (um ethos) de praça pública [...] ou como lugar de manifestação do espírito dos bairros de uma cidade, com suas alegrias e violências, grosserias e ditos sarcásticos, onde a exibição de altos ícones da cultura nacional confronta-se com o que diz respeito ao vulgar ou baixo: os costumes, e gostos, às vezes exasperados, do populacho (SODRÉ, 2002, p. 106).

No episódio humorístico em questão, a presença do grotesco derruba a mediação estabelecida com Tiradentes que externava, ao mesmo tempo, valores heroicos do Regime republicano e dos políticos que o representavam. Tiradentes não era risível; foi construído para ser admirado e seguido. No personagem televisivo a construção traduz-se na performance realizada, na carticatura e também no ridículo⁹⁶.

O grotesco revela que os bem-aventurados também se danam e que estão todos no mesmo plano, apesar dos diferentes modos de ser. É uma revelação sem ressentimento, mas ferozmente sarcástica, como se a parte considerada inferior risse da outra, presumivelmente superior (SODRÉ, 2002, p. 26).

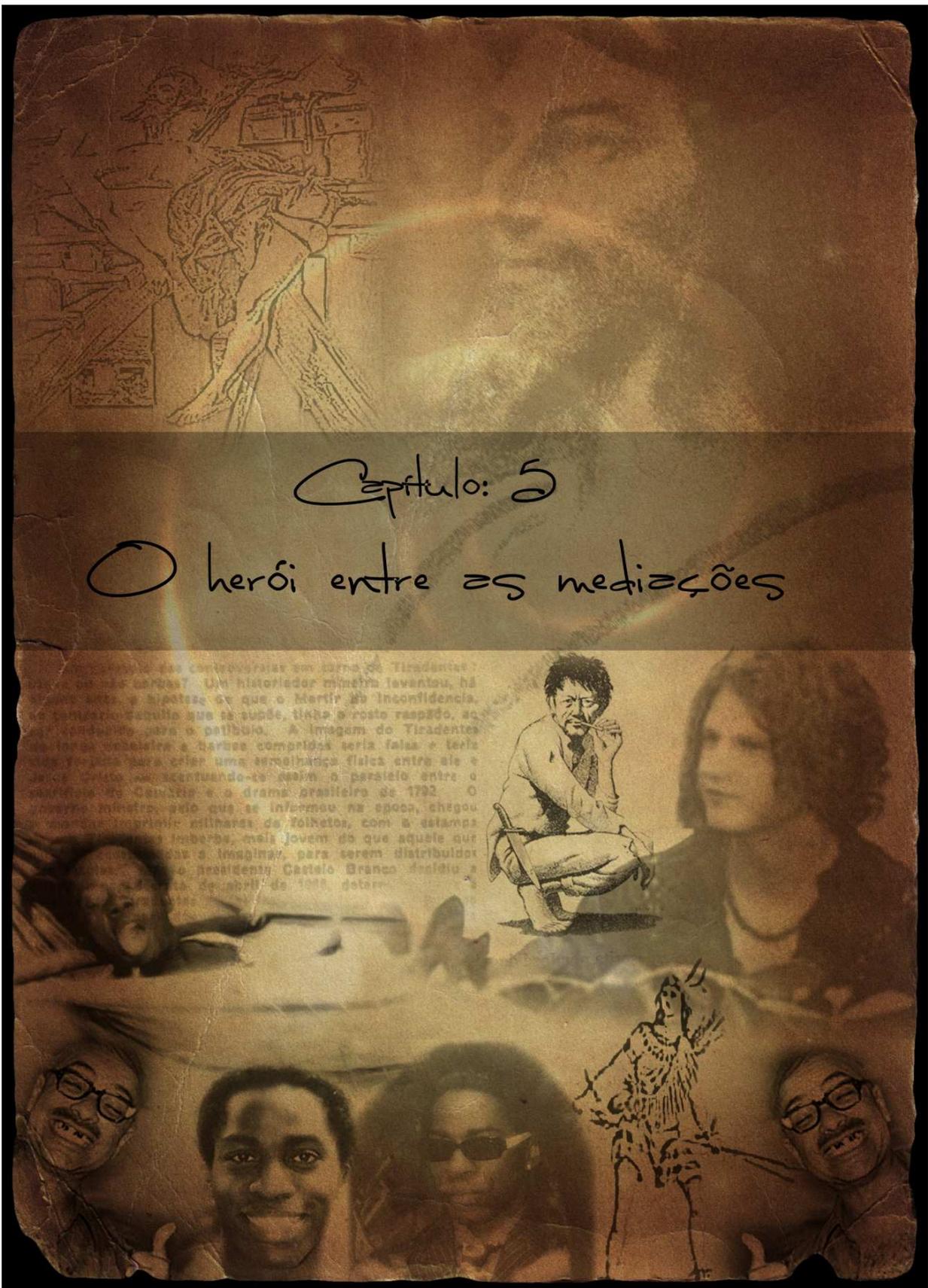
⁹⁶ Sodré (2002) fala que as injunções políticas, presentes na literatura em que o grotesco aparece, determinam sua estética composta pela caricatura e pelo ridículo, além da ironia, da desmistificação e da crítica através do riso.

Para subverter um candidato à presidência da República, o personagem enaltece a politicagem por meio da paródia, tendo como base o discurso de referência, a fala dos políticos. Discini (2005, p. 166) afirma que a paródia “Imita a cena narrada, mas a subverte. Como a todo o enunciado está pressuposto o sujeito da enunciação, a enunciação parodística subverte também a ética que sustenta o discurso de referência”. Ao permanecer animadamente ao lado de Jair Rodrigues, assentindo a paródia proferida pelo cantor, Seu Creysson, em pleno evento eleitoral, avaliza ser e viver entre ignorantes.



Figura 28

Percebe-se que a paródia ridiculariza a própria tendência de identificação nacional, através da criação de um ícone heroico, tencionado na figura de um político destituído daquelas características que o capacitariam a exercer o cargo de comandante da Nação. A fala do cantor, que corrobora o discurso do personagem, é legitimada pelo “mundo que representa”. Seu Creysson, ao encarnar e exteriorizar a incompetência, a falta de noção para a implementação de qualquer política que daria conta de resolver problemas nacionais, revela o cenário em que vive.



Capítulo: 5

O herói entre as mediações

...e as controvérsias em torno de Tiradentes...
...um herói? Um historiador mineiro levantou, há...
...e supõe-se que o Martir do Inconfidência...
...o tempo de volta que se supõe, tinha o rosto raspado, ao...
...condenado para o patíbulo. A imagem do Tiradentes...
...na arte brasileira e barba comprida seria falsa e teria...
...de fazer para criar uma semelhança física entre ele e...
...depois disso, acrescentando-lhe ainda o pericólio entre o...
...de Tiradentes e o drama brasileiro de 1792. O...
...ministro, cujo que se informou na época, chegou...
...com as gravuras eslavas de Volkov, com a estampa...
...de um jovem, mais jovem do que aquele que...
...e inspirar, para serem distribuídos...
...o presidente Castelo Branco decidiu a...
...de abril de 1968 deterr...



5.0 O HERÓI ENTRE AS MEDIAÇÕES

Todas as contramediações que analisamos, foram extraídas de distintos suportes meditativos que apontam para cenários que se distanciam sem, necessariamente, divergir daquele apresentado pelo herói, emblematizado e sustentado mediativamente pelo Estado, instaurado logo após a tomada do Poder pelos republicanos. Os personagens, que atravessam o Sec. XIX e início do séc. XX, simulam características identitárias do brasileiro comum e, como consequência, de fácil e imediata comunicação com o imaginário social e coletivo (como apontamos no desenvolvimento da tese) programa-se, portanto, uma comunicação instrumental e estrategicamente planejada a fim de atender a interesses definidos pela estrutura política de Poder instalada. Porém, aquela simulação se desenvolveu e se transformou em crescente caricaturização daqueles supostos valores simulados pelo herói cívico. Desde Tiradentes, esfacelou-se a imagem de mártir, planejado como imagem de salvador nacional, para culminar com *Seu Creysson* que, como herói burlesco, e às avessas, arrasou a publicização do Estado e do Poder configurado através da imagem e do discurso que o apontavam como forte e agasalhador.

Com o desenvolvimento da pesquisa, de Tiradentes ao herói eletrônico, foi possível extrair aspectos relativos à historiografia nacional, aos avanços dos meios de comunicação, ao processo de transmediação, no início, necessário à divulgação do herói como símbolo que deveria nutrir o imaginário social, até o impacto da televisão que, consagrando-se como convergência, se expandiu em comunicações que se

utilizam de várias e distintas mídias para divulgar não a imagem do herói, mas sua possível metalinguagem.

Antes de apresentarmos nossos últimos apontamentos, vale novamente nos reportarmos a Hall (2006, p. 47) que nos lembra que as primeiras fontes de identidade cultural são provenientes da base simbólica da cultura nacional. Registramos, no decorrer da pesquisa, que tais fontes apresentaram força suficiente para permanecerem em cena, contramediativamente, em várias mídias. Tanto é verdade que os personagens analisados se valeram, de modo avesso, dos valores enaltecidos pelo Estado-Nação para desenvolver a crítica ao contexto social. Verificamos que tudo se iniciou com a imagem forjada de um herói capaz de traçar as diferenças entre os republicanos e o Governo português. Afinal, era preciso conseguir adesão dos brasileiros ao novo Regime e unificar o território nacional, constantemente ameaçado com revoltas (internas e externas) e, sobretudo, instaurar, mediativamente, os símbolos nacionais como instrumentos mediativos de um propalado sistema de ordem, afinal atingido e concretizado.

Vimos que a questão principal em torno de Tiradentes está na gênese de seu estereótipo. O panteão foi pinçado da historiografia nacional por ser o único personagem capaz de representar o novo Regime político, mesmo sem uma biografia que lhe assegurasse tal posição. Havia o fato de seu nome ser conhecido pela população, ter feito parte do grupo de Inconfidentes e, principalmente, pelo horror em torno de sua morte que divulgou a fúria do Governo português. O nome de Tiradentes, por si, voltava-se contra a Monarquia. Coube aos republicanos associá-lo

ao novo Regime, através de investimento simbólico de seu panteão cívico, com traços capazes de gerar identificação com a conhecida imagem atribuída a Jesus Cristo, e exposição de seu retrato em todos os suportes comunicativos disponíveis na época. Com Tiradentes, a República construiu uma imagem que divulgava sua oposição ao Governo precedente, mostrando-se suficientemente forte para proteger os brasileiros.

Nesse sentido, entendemos que toda a mediação oficial, feita em torno da promessa republicana de fomentar e trazer as benesses do progresso, vinha em boa hora, e um herói, com a face de Cristo, constituía forte elemento para dar visibilidade ao novo Regime, desconhecido da maioria dos brasileiros. Em um País católico, a religião, associada à pintura, à imagem, era o único elemento possível de unir as pessoas, visto que a grande maioria era analfabeta, e a imprensa, no Brasil, era incipiente. A República, portanto, projetou sua mediação e a controlou, conforme os valores e ideologias de um Estado-Nação modernista, além de deixar evidente o compromisso político da comunicação como veículo, aparentemente neutro, de divulgação de uma escala de valores. Esse compromisso estará sempre presente na construção do herói nacional.

Ainda de acordo com a pesquisa historiográfica, vimos que, no final do século XIX, os republicanos optaram por tentar atender aos interesses de alguns segmentos da sociedade, que clamavam por mudanças que, acreditavam, seriam capazes de trazer progresso, como a abertura do comércio internacional e a modernização do País. Pela impossibilidade de implementar um projeto capaz de atender a essas

solicitações e, ao mesmo tempo, resolver os problemas herdados pelo colonialismo, a República sempre esteve em dívida com os brasileiros, principalmente com uma parcela representativa da população, deixada à margem de qualquer inserção social: os negros, os índios e boa parte de imigrantes dispersos pelo País.

Entretanto, percebe-se que é da memória social, marcada pelo difícil contexto vivido pela maioria dos brasileiros entregues à própria sorte, desprovidos de políticas sociais eficazes, que são extraídos elementos para caracterizar os personagens contramediativos que apresentamos. A isotopia revelada nas análises reitera antigos problemas sociais que apontam para um Estado frágil, incapaz de atender a seu povo. O trabalho, a religião, a colonização, os problemas sociais foram os motes empregados para contextualizar as personagens que, difusas, porque inconcebíveis conscientemente, embora presentes no imaginário social, apresentavam condições de sucesso em termos de público.

De 1900, ano em que Villares apresentou sua litografia, a 2006, com a exibição de *Foguinho*, verificamos que a força mediativa, expandida através de Tiradentes, que estrategicamente simbolizara o País, foi sendo enfraquecida e quase perdida, embora, como registramos no cap 2, em momentos de crise nacional, aquele herói tenha sido convocado a minimizar tensões políticas, simulando um Estado forte. Afinal, o herói tinha também a tarefa de esconder deficiências, além de atuar como campo de força com capacidade de projetar igualmente os valores impressos em outro importante símbolo, a Bandeira nacional: Ordem e Progresso. As contramediações, portanto, foram ganhando repercussão à medida que se rompia a

medialidade instaurada pelo Estado. Lobato, na crônica Urupês, valeu-se do discurso moldado em enunciação enunciva, para enfatizar sua insatisfação, dado o atraso sociopolítico-econômico vivido pelo País no meio de comunicação de maior repercussão da época: o jornal. Ninguém escapou de sua crítica: o Governo, os imigrantes, e os brasileiros, representados por Jeca. Ao revelar um Brasil desconhecido, Lobato teve sua insatisfação acolhida, de tal sorte que o governo, mais uma vez utilizando um dispositivo estratégico (Agamben, 2009, p. 38), tomou a personagem como símbolo de um brasileiro doente, que precisava de cuidados: surgiu o herói que sustentou a campanha sanitária. Dada a repercussão de Jeca Tatu, Monteiro Lobato inaugurou a indústria do livro no País. Hipermidiático, seu personagem migrou para os gibis, adentrando o universo infantil, e também foi aplaudido no cinema com a interpretação de Amácio Mazzaropi. Percebemos, portanto, que Jeca também foi midiaticado, explorado, comercialmente, na indústria do livro e, durante décadas, pela indústria farmacêutica para venda de fortificantes.

Macunaíma é obra fundamental, considerada divisor de águas, por apresentar elementos que caracterizam a diversidade cultural do nosso País e as transformações vividas pela cidade de São Paulo. Mário de Andrade revisou e revirou a história do Brasil através da narrativa repleta de performances do personagem picaresco (Macunaíma) que iconiza a mistura de nossa raça. Ao migrar para a cidade e zombar das máquinas que encontrou, continuou herói de nossa gente e se permitiu criticar o provincianismo e a adoção de valores que não seriam nossos. Assim, ao mesmo tempo em que assinalou o dinheiro, como o novo "currículo da civilização", e o

dilema em torno da industrialização, recursos que seriam estranhos para uma cultura genuinamente nacional, Macunaíma, ao mediatizar-se, carnavalizou o novo cenário socioeconômico e apontou a malandragem como única alternativa de sobrevivência. O personagem tem, em sua constituição, características que o tornam atemporal. Como mencionamos no cap. 3, a obra também foi transportada para outra mídia, o cinema, em 1969, pouco mais de quatro décadas após a estreia literária que aconteceu em 1928. O fato é que *Macunaíma* foi tão bem articulada, e seu protagonista considerado tão genuinamente nacional, que suas características foram reiteradas nos outros personagens que apresentamos. Para a película *Caramuru a Invenção do Brasil*, Macunaíma serviu, tal qual um molde, para imprimir, em Diogo Álvares, a malandragem, a ingenuidade e a esperança de um novo mundo, diverso daquele dos colonizadores. Em *Foguinho*, o personagem se faz presente no riso solto, na esperteza e vontade de levar vantagem; isso tudo associado à herança de uma fração do amor romântico. Em *Seu Creysson*, Macunaíma se expressa na coragem do personagem televisivo que acredita poder tornar-se presidente do Brasil. Tudo dito e reiterado em um carnaval ao ar livre, em festa pública na praça e em um herói que, disfarçado de malandro, rouba a cena nacional e decompõe uma ambição comunicativa estratégica.

Os personagens Foguinho, Caramuru e Seu Creysson, ao serem mediatizados, promoveram rico intercâmbio simbólico, atingiram o grande público e revelaram o posicionamento divergente dos meios de comunicação em relação à mediação oficial: colocam-se à luz (e de modo crescente) através do humor, da paródia e do

carnaval, os crônicos problemas nacionais. O sucesso mediativo obtido assegurou o lugar dos respectivos personagens na Indústria Cultural vigente que se valeu de várias mídias para sua midiaticização, na manifestação de um claro programa de recepção em curso nos veículos de comunicação de massa mais expressivos. O público passou a desempenhar papel preponderante e ativo na vigência de personagens que os veiculavam, corroborando, através da recepção, o processo de transmediação, e de convergência entre diversas plataformas.

Cabe salientar que o processo de transmediação que começou timidamente com as charges, no início do Séc. XX, que se valeu da Bandeira nacional (suporte mediativo do Estado), e se acentuou com Macunaíma, revelou a formação de novos vínculos comunicativos ampliados pelos personagens eletrônicos, pois “os meios são potencialidades sógnicas que além da ampliação das capacidades motoras e sensoriais contribuem para a produção de novas linguagens que, conseqüentemente, são agenciadoras de novos veículos comunicativos” (Cimino, 2010, p. 51).

Nossa pesquisa valida a hipótese, primeiramente formulada – de que os meios de comunicação de massa possibilitam estudar as reais ou possíveis intervenções das mediações na construção do imaginário nacional. Nesse sentido, registramos que o processo mediativo não está apenas na característica do herói, mas, sobretudo, na necessidade de a Nação (ou Poder) falar através de um herói duplamente mediativo e metafórico: usa-se o imaginário para resgatar o elemento autóctone da terra, até sua carnavalização que contém outro imaginário de textos, através do riso e do grotesco,

na tentativa de superar os obstáculos nacionais: dar a volta por cima, que, desde Macunaíma, acaba por roubar a cena da mediação oficial.

Acreditamos que o resgate diacrônico que realizamos, sinaliza o papel político da comunicação que, mesmo através dos meios de massa, tem necessidade de recuperar o herói no imaginário social, ainda que acabe por caracterizar seu papel contramediático. Macunaíma carnavalizou o herói nacional através da antropofagia ao provincianismo, enquanto que os personagens que apresentamos em *O herói eletrônico* valeram-se da antropofagia, porém, de modo reeditado, em um movimento de perversão mediática da heroicidade nacional. Parafraseando Laraia (2003), também a mídia, e não só o homem, herda um processo acumulativo de experiências e conhecimentos gerados pelas gerações que os precederam.

BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE, M. **Macunaíma**. 33ª ed. Belo Horizonte/Rio de Janeiro: Livraria Garnier, 2004.
- ANDRADE, M. C. **O povo e o poder**. Belo Horizonte: Oficina dos Livros, 1991.
- AGAMBEN, G. **O que é o contemporâneo e outros ensaios**. Chapecó: Argos 2009.
- AUMONT, J. **A imagem**. 8ª ed. Campinas: Papirus Editora, 2004.
- BAITELLO, JR, N. **A era da iconofagia: ensaios de comunicação e Cultura**. São Paulo: Hacker Editores, 2005.
- BAKHTIN, Mikhail. **A cultura Popular na Idade Média e no Renascimento**. O contexto de François Rebelais. Tradução Yara Frateschi Vieira. 5ª Ed. São Paulo: Annablume/Hucitec, 2002.
- BARBERO, J. M. **Dos Meios às Mediações** comunicação, cultura e hegemonia. Tradução Ronaldo Polito; Sérgio Alcides. 2ª ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2003
- _____ **Ofício de Cartógrafo: Travessias latino-americanas da comunicação na cultura**. Tradução Fidelina González. São Paulo, Edições Loyola 2004.
- BARBERO, J. M. e REY, G. **Os Exercícios do ver**. Tradução de Jacob Gorender. São Paulo: Editora Senac, 2001.
- BARROS, D. L. P. de. **Teoria semiótica do texto**. 4ª. ed. São Paulo: Ática, 2002.
- _____ **Teoria do Discurso Fundamentos Semióticos**. 3ª ed. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP, 2001
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAUMAN, Z. **Globalização: as conseqüências humanas**. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- _____ **Modernidade e ambivalência**. Tradução Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- _____ **Vida líquida**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2007.
- _____ **Identidade**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- BAZIN, A. **Qu'est-ce que le cinema?** Dixième édition Paris. Les editions du cerf, 1997.
- BELTING, H. **Imagem, Mídia e Corpo: uma nova abordagem à iconologia**. In: Ghrebh, n.8. São Paulo: CISC, 2006. Disponível em <http://revista.cisc.org.br/ghrebh5>

- _____. **Antropologia de La imagem.** Tradução Gonzalo Maria Vélez Espinosa. Buenos Aires: Katz Editores, 2008.
- BENJAMIN, W. **Magia e Técnica, Arte e Política ensaios sobre literatura e história da cultura.** Obras escolhidas, volume 1. Tradução Sérgio Paulo Rouanet. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- BERGER, J. **Modos de ver.** Tradução Ana Maria Alves. Lisboa, Edições 70.
- BERGSON, Henri. **O riso. Ensaio sobre a significação da comicidade.** Tradução Ivone Castilho Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- BOLAÑO, C. **Indústria Cultural Informação e Capitalismo.** São Paulo: Hucitec/Polis, 2000.
- BORELLI, Sílvia H. S. e PRIOLLI, G. **A Deusa Ferida.** São Paulo: Summus Editorial, 2000.
- BOSI, A. **Dialética da Colonização.** 4ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2006
- _____. **História concisa da literatura brasileira.** São Paulo: Cultrix, 1994.
- BOURDIEU, P. **Sobre a televisão.** Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 1997.
- BRAIT, B. **Ironia em perspectiva polifônica.** Campinas: Editora da UNICAMP, 1996.
- BRASIL. Ministério da Cultura. **Fundação Casa de Rui Barbosa.** Disponível em: <http://www.casaruibarbosa.gov.br/template_01/default.asp?VID_Secao=105>. Acesso em: 10 jun 2010.
- CALDEIRA, J; CARVALHO, F. PAULA, S. G. de. **Viagem pela História do Brasil.** São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- CALLADO, A. **Homem cordial e outras histórias.** São Paula: Ática, 1994.
- CAMPBELL, J. **O herói de mil faces.** Tradução: Adail Urirajara Sobral. São Paulo: Pensamento, 2007.
- _____. **O poder do Mito.** Tradução: Carlos Felipe Moisés. 24ª ed. São Paulo: Palas Athena, 2006.
- CAMPOS, H. **Macunaíma: a imaginação estrutural.** Rio de Janeiro, Manchete 1973.
- _____. **Morfologia do Macunaíma.** Tese de doutoramento. Universidade de São Paulo, 1972.
- CANCLINI, N. G. **A globalização Imaginada.** Tradução Sérgio Molina. São Paulo: Iluminuras, 2007.

- CANDIDO, A. **A personagem de ficção**. 9^a. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- _____ **Literatura e sociedade**. 3^a. ed. São Paulo, Cultrix, 1972.
- CANEVACCI, M. **Antropologia do cinema - Do mito à indústria cultural**. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- CAPARELLI, S. **Televisão e Capitalismo no Brasil**. Porto Alegre: L7PM, 1982.
- CARONE, E. **A República Velha I instituições e classes (1889-1930)**. Rio de Janeiro - São Paulo: Diefel, 1978.
- CARVALHO, J. M. **A formação das almas. O imaginário da República no Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- _____ **Os Bestializados: O Rio de Janeiro e a república que não foi**. 3^a ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.
- _____ **Mito Universal** in Revista História da Biblioteca Nacional, ano 2 nº 19, pg. 29, abril 2007, Rio de Janeiro.
- CASTELLS, M. **O poder da identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CASTORIADIS, C. **A instituição imaginária**. 2^a ed. Tradução Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- _____ e outros (ROUANET, S. P.; CHAUÍ, M.; BRUM, J. C.; ROSENFELD T. D.) **A criação histórica**. Secretaria municipal de Porto Alegre: Artes e ofícios editora Poa, 1992.
- CASSIRER, E. **El Mito del Estado**. México: FCE, 1968.
- _____ **Linguagem e Mito**. Tradução J. Guinsburg, Miriam Schnaiderman. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- CASTRO, C. **A Proclamação da República**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- CAVALCANTI, A **Regime Federativo e República Brasileira**. Brasília: UNB, 1983.
- CAVALCANTI, N. O. **Tiradentes enforcado na atual Praça Tiradentes, no Rio de Janeiro?** in Revista História da Biblioteca Nacional, ano 2 nº 19, pg. 29. Rio de Janeiro, abril 2007.
- CHAVES, F. L. **Aspectos do modernismo brasileiro**. Porto Alegre: edições UFRGS, 1970.

- CHRISTO, M. C. V. **Pintura, história e heróis no século XIX: Pedro Américo e Tiradentes Esquartejado**. Tese de doutoramento. UNICAMP, 2005.
- CIMINO, L. F. **A natureza da comunicação Bios Midiática**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Comunicação e Semiótica. São Paulo, 2010.
- CITELLI, A. **Linguagem e persuasão**. 8ª ed. São Paulo: Ática, 2004.
- CONFEDERAÇÃO NACIONAL DO TRANSPORTES **Resultados da 100ª Pesquisa CNT/Sensus**. Disponível em: <<http://www.cnt.org.br/portal/webCNT/page.aspx?p=3f0f966a-00bb-4398-8e6b-1d1c18dd0c41>>. Acesso em: 08 mar. 2010
- CONTRERA, M. S. **O Mito na Mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação**. São Paulo: Annablume, 1996.
- CORRÊA, L. **Tiradentes**. Folha da Noite, nº 293, 22/04/1926.
- CORTE REAL, Victor Kraide. **A Propaganda Republicana: Estratégias de comunicação política contra a monarquia brasileira**. Anais do 2º Encontro Nacional da Rede Alfredo de Carvalho: Florianópolis, 2004.
- COSTA, E. V. **Da monarquia à República**. 8ª ed. São Paulo: Fundação Editora UNESP, 2007.
- COSTA, M.M. da. **Estudos sobre o Modernismo**. Curitiba: Criar Edições Ltda, 1982.
- COUTINHO, Afrânio. **A literatura no Brasil**. São Paulo: Global, 2003. 5v.
- CUNHA, Eneida Leal. **Brasil ao alcance de todos: imagens da nacionalidade e comemorações dos 500 anos do descobrimento**. In: Revista Semear, número 5, 2004, versão on line, disponível no endereço: [HTTP://www.letras.puc-rio.br/catedra/revista/semiar_5.html](http://www.letras.puc-rio.br/catedra/revista/semiar_5.html)
- DEBES, Célio. **Campos Salles - perfil de um estadista**. v. 1. São Paulo: Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo, 1977.
- DERRIDÁ, J. **A Escritura e a Diferença**. São Paulo: Perspectiva, 1971.
- DIAS, L.; GAMBINI, R. **Outros 500: uma conversa sobre a alma brasileira**. São Paulo: Editora Senac, 2000.
- Dicionário da TV Globo**, V1: programas de dramaturgia & entretenimento/Projeto Memória das organizações Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- DISCINI, N. **Comunicação nos textos**. São Paulo: Contexto, 2005
- ELIADE, M. **Mito e realidade**. Tradução Pola Civelli. São Paulo: Perspectiva, 2006.

- FAUSTO, Bóris. **A História Concisa do Brasil**. São Paulo: Edusp, 2006.
- FECHINE, Y. **Televisão e Presença: uma abordagem semiótica da transmissão direta**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.
- FERRARA, L. D. “Do mundo como imagem à imagem do mundo”. In território Globalização e Fragmentação. São Paulo: HUCITEC-ANPUR, 1994.
- _____. **O texto estranho**. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- _____. **A estratégia dos signos**. 2ª ed. São Paulo: Perspectiva, 1986.
- _____. **Leitura sem palavras**. 4ª ed. São Paulo: Ática, 1997.
- _____. **Comunicação Espaço Cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.
- FERREIRA, F. **Martyr e Heroe**. Folha da Manhã, III secção pg. VIII, 21/04/1935.
- FIGUEIROA, A. e FECHINE, Y (editores). **Guel Arres: um inventor do áudio-visual brasileiro**. Recife: Companhia Editora de Pernambuco, 2008.
- FIORIN, José Luiz. **Elementos de análise do discurso**. São Paulo: Contexto, 2002.
- _____. **Semiótica e comunicação**. In: Galáxia: revista transdisciplinar em comunicação, semiótica e cultura/Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUCSP, nº 8. São Paulo: EDUC/CNPq, 2004.
- _____. **As Astúcias da Enunciação: as categorias de pessoa, espaço e tempo**. 2ª Ed. São Paulo: Editora Ática, 2005.
- FLOCH, J.M. “Semiótica Plástica e linguagem publicitária”, **Significação: Revista brasileira de Semiótica**. São Paulo, nº 6, setembro 1987.
- FOLHA ONLINE. **Imprensa brasileira faz 200 a anos**. São Paulo, 01 jun. 2008. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u407589.shtml>> Acesso em: 15 jul. 2010.
- FOLHA ONLINE. **Pesquisa mostra que 72% da população não confia em partidos políticos**. São Paulo, 10 jun 2008. Disponível em:<<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u410886.shtml>>. Acesso em: 08 mar 2010.
- FREIRE, G. **Casa-grande & Senzala: formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal**. São Paulo: Global, 2005.
- GELLNER, E. **Nations and Nationalism**. Oxford: Blackwell, 1983.
- GOMBRICH, E. **L’art et ilusion**. Paris: Gallimard, 1959.

- _____. **Arte e ilusão**. Tradução Raul de Sá. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- GRANGE, J. **Rôle social de l'arte e art social**. In: *Auguste Comte – la politique et la science*. Paris: Odile Jacob, 2000.
- GREIMAS, A. J. **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix, 1979.
- _____; e COURTÉS, J. **Dicionário de Semiótica**. 9ª ed. São Paulo: Cultrix, 1983.
- _____. Vários tradutores. São Paulo: Contexto, 2008.
- GREMBECKI, M. H. **Mário de Andrade e L'ésprit nouveau**. São Paulo: Publicação do Instituto de Estudos Brasileiros, 1969.
- GUIDDENS, A. **As consequências da Modernidade**. Tradução Raul Fiker. São Paulo: Unesp, 1991.
- GURGEL, L. **O Mártir da Inconfidência**. Folha da Manhã, 21/04/1931.
- _____. **O sonho de Tiradentes**. Folha da Manhã, 21/04/1933.
- HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A editora, 2006.
- HOLFELDT A., Martino I. C., França V. V. (orgs). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.
- HUTCHEON, L. **Uma teoria da paródia, ensinamento das formas de arte do século XX**. Rio de Janeiro. Edições 70, 1985.
- IANNI, O. **Industrialização e Desenvolvimento Social no Brasil**. Rio de Janeiro: Editora Brasiliense, 1963.
- _____. **Revolução e Cultura**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1983.
- _____. Nação e Globalização. in **Território Globalização e Fragmentação**. São Paulo: HUCITEC-ANPUR, 1994.
- INSTITUTO DE PESQUISA DATA FOLHA. Avaliação do Congresso Nacional. Pesquisa de Opinião Pública, 01 de março 2010. Disponível em: <http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=946>. Acesso em: 08 mar 2010.
- JENKINS. H. **Cultura da Convergência**. 2ªed. Tradução: Susana Alexandria. São Paulo: Açeph, 2009.
- JUNG. C.G. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. Tradução Dora M. F. da Silva e Maria L. Appy. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

- KASSAB, A **Fragmentos de um herói despedaçado**. In Jornal da Unicamp. Campinas, novembro, 2006.
- KERCKHOVE, D. **A pele da cultura** - uma investigação sobre a nova realidade eletrônica. Tradução Luis Soares e Catarina Carvalho. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.
- KOTHE, F. R. **O herói**. São Paulo: Ática, 1987.
- LAFETÁ, J.L. 1930: **A crítica o modernismo**. São Paulo: Duas Cidades; Editora 34, 2000.
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. **Metáforas de la vida cotidiana**. Madri: Catedra, 1986.
- LALANDE, A. **Vocabulário Técnico e Crítico da Filosofia**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- LANDERS, V. B. **De Jeca a Macunaíma**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1988.
- LANDOWSKI, E. **A Sociedade Refletida**. São Paulo: EDUC/Pontes, 1992.
- LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 16ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- LEAL, E. **O calendário Republicano e a Festa Cívica do Descobrimento do Brasil em 1890: versões de história e militância positivista**. In História, São Paulo, 2006, v.25, n2, p.64-93. Disponível em <http://www.scielo.br/pdf/his/v25n2/03.pdf> Acesso em 18 jan 2008.
- LESSA, O. **O brasileiro Lobato**. Rio de Janeiro: Leitura, 1994.
- LOBATO, M. **Urupês**. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- LOPES, A F. **Os personagens da Inconfidência Mineira**. Belo Horizonte: Biblioteca Mineira da Cultura, 1947.
- LOPES, I. C. e HERNANDES, N. (orgs) **Semiótica: objetos e práticas**. São Paulo: Contexto, 2005.
- LOPES, M. I. V. de. **Brasil no limiar de novos rumos**. In Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas/ Maria Immacolata Vassallo de Lopes (org). – São Paulo: Globo, 2009
- _____ (org) **Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas**. São Paulo: Globo, 2009.
- LOPES, M. I. V. de; BORELLI, S.H.S.; RESENDE, V da R. **Vivendo com a telenovela: mediações, recepção, teleficcionalidade**. São Paulo: Summus, 2002.
- LOPES, M. I. V. de. e GÓMEZ, G. O. (Cord.). **A ficção televisiva em países ibero-americanos: narrativas, formatos e publicidade: Anuário 2009**. São Paulo: Globo, 2009.
- LOPEZ, T.P.A. **Macunaíma: o herói sem nenhum caráter**. São Paulo: Edição crítica de SCCT, 1978.

- MACHADO, A. **O sujeito na tela: modos de enunciação no cinema e no ciberespaço**. São Paulo: Paulus, 2007.
- _____ **A televisão levada a sério**. 3ª Ed. São Paulo: Editora Senac, 2003.
- MAFFESOLI, G. **O imaginário é uma realidade**. In: Revista FAMECOS, Porto Alegre, nº 15, pg. 74-81, agosto 2001.
- MAIGRET, E. **Sociologia de La comunicación y de los médios**. Bogotá: Fondo de Cultura Económica, 2005.
- MAINGUENEAU, D. **O contexto na obra literária: enunciação, escritor e sociedade**. Tradução Marina Appenzeller; revisão da tradução Eduardo Brandão. 2ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- MARTIN, Maciel. **A Linguagem cinematográfica**. Tradução Paulo Neves. São Paulo: Brasiliense, 2007.
- MATTELART, A.; MATTELART M. **História das teorias da comunicação**. Tradução Luiz Paulo Rouanet. São Paulo: Edições Loyola, 5ª Ed, 2002.
- MATTOS, Sérgio. **História da televisão brasileira**. 2ª ed. Petrópolis: Vozes, 2002
- MAXWELL, K. **A devassa da devassa - A inconfidência Mineira: Brasil e Portugal 1750-1808**. São Paulo: 3ª ed. Paz e Terra, 1995.
- MOISES, M. **História da Literatura Brasileira – simbolismo**. São Paulo: Cultrix, 1984.
- MONEGAL, E. **Mario de Andrade/Borges – um diálogo dos Anos 20**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1978.
- OLIVEIRA, A. C.de; LANDOWSKI (orgs). **Do inteligível ao sensível**. São Paulo: EDUC, 1995.
- ORTIZ, R. **Ciências Sociais e Trabalho Intelectual**. São Paulo: Olho D'água, 2003.
- OROZCO, G. **Recepcion Televisiva y mediaciones: la construcción de estratégias por la audiéncia**. In Televidencia. Cuadernos de comunicación, nº 6, México, 1994 (p. 69-88).
- PIETROFORTE, A V. **Semiótica visual os percursos do olhar**. São Paulo: Contexto, 2007
- PORTAL APRENDIZ. **FGV: brasileiros acham serviço público corrupto**. São Paulo, 04 dez. 2005. Disponível em: <<http://aprendiz.uol.com.br/content/techuspego.mmp>>. Acesso em: 08 mar 2010.
- PROENÇA, M. C. **Roteiro de Macunaíma**. 5ª. Ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1978.
- PROPP, V. **As raízes históricas do conto maravilhoso**. Tradução: Rosemary C. Abílio, Paulo Berreza. 2ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

_____ **Estética da Criação Verbal**. Tradução Paulo Bezerra. 4ª Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

RABAÇA, Carlos; BARBOSA, Gustavo. **Dicionário da Comunicação**. São Paulo: Ática, 1987.

RAMALHO, S e O. **Imagem também se lê**. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

RAMOS, A. V. **Figurino entre o mostrar e o ver**. In Espaços Comunicantes/ org. São Paulo: Annablume; Grupo ESPACC, 2007.

_____ **O design de aparência de atores e a comunicação em cena**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Comunicação e Semiótica. São Paulo, 2009.

REZENDE, N. **A semana de arte moderna**. São Paulo: Ática, 1993.

REVISTA SEMEAR. Disponível em: <http://www.lettras.puc-rio.br/catedra/revista/semiar_5.html>. Acesso em: 30 jun. 2010.

RIBEIRO, D. **O povo brasileiro. A formação e o sentido do Brasil**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

RIBEIRO JR. J. **A Independência do Brasil**. São Paulo, Globo, 1997.

RIBEIRO, L. M. **Televisão fechada no Brasil: identidade e alienação**. In Galáxia, nº 17 PUC/SP, junho 2009.

RIOS, D. **Dicionário sinônimos, antônimos e homônimos**. São Paulo: Riddel, 1990.

ROCHA, D. C. **Janela indiscreta, a simulação do mundo vivido no audiovisual**. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Programa de Comunicação e Semiótica. São Paulo, 2009.

ROCHA, E. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 2001. SILVA, J.M. **As tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

RODRIGUES, L. R. A. **Estado, Mídia e Nacionalidade - uma Análise sobre os 500 Anos do Brasil**. In: IX Congresso da Associação Latino-Americana dos Investigadores de Comunicação (Alaic). Memórias - IX Congresso Latinoamericano de Investigación de La Comunicación (CD Rom). Cidade do México, 2008.

ROMANCINI, R. e LAGO, C. **História do Jornalismo no Brasil**. Florianópolis: Editora Insular, 2007.

- RÜDIGER, F. **Comunicação e Teoria Crítica da Sociedade: fundamentos da crítica à Indústria Cultural em Adorno**. 2ª edição revista e ampliada. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2002.
- SACCONI, L. A. **Dicionário da língua portuguesa**. São Paulo: Editora Atual, 1996.
- SALGADO, P. Salomão e Tiradentes. **Folha da Noite**, 21/04/1925.
- SANTAYANA, M. A atualidade da inconfidência. **Folha de São Paulo**. Caderno Nacional, pg. 05, em 22/04/1977.
- SANTOS, A. T. **Ficção e antificção na telenovela brasileira: a hibridação do formato e a aproximação com o gênero docudrama**. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo, Escola de Comunicações e Artes. São Paulo, 2010.
- SECRETARIA Municipal de Cultura de São Paulo. **Mario Universal Paulista**. Departamento de Bibliotecas Públicas. São Paulo, 1997.
- SCIELO BRASIL. **Opinião Pública**. [online]. 2006, vol.12, n.1, pp. 189-209. ISSN 0104-6276. doi: 10.1590/S0104-62762006000100008. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em 08 mar. 2010.
- SIGNATES, L. **Estudo sobre o conceito de mediação**”. In Novos olhares. São Paulo: ECA/USP, 2000.
- SILVA, J.M. **As tecnologias do Imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- SILVA, J. N de S. **História de Conjuração Mineira**. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1948.
- SILVA, F. de A. **História do Brasil 2. Império de República**. 3ª edição. São Paulo: Moderna, 1994.
- SODRÉ, M. **Antropológica do Espelho**. Petrópolis: Editora Vozes, 2002.
- SODRÉ, M. e PAIVA, R. **O império do Grotesco**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2002.
- SODRÉ, Nelson Werneck. **Formação Histórica do Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. Beltrand, 1990.
- _____ **Introdução à Revolução Brasileira**. São Paulo: Livraria editora Ciências Humanas, 1978
- _____ **As razões da Independência**. 4ª ed. São Paulo: Difel, 1986.
- SKIDMORE, Thomas E. **Uma História do Brasil**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.
- TEIXEIRA, L. **As cores do discurso: análise do discurso da crítica de arte**. Niterói: EDUFF, 1996.
- TELE DRAMATURGIA. Disponível em: <<http://www.teledramaturgia.com.br/>>. Acesso em 16 jun. 2010.

TELLES, G. M. **Vanguarda européia e modernismo brasileiro**: apresentação dos principais poemas, manifestos e conferências vanguardistas, de 1857 a 1972. Petrópolis: Vozes, 2000.

TODOROV, T. **Teorias do Símbolo**. Tradução Enid Abreu Dobránszky. Campinas: Papyrus, 1996.

VÁZQUEZ, A. S. **Convite a Estética**. Trad. Gilson Batista Soares. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

WILLIAMS, R. **Cultura**. Tradução Lólio Lourenço de Oliveira. 2ª Ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Tradução Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 6ª Ed. Lisboa: Editorial Presença, 2001.

Sites consultados:

http://www.casaruibarbosa.gov.br/template_01/default.asp?VID_Secao=105 Discurso de Rui Barbosa.

Acesso em 28/07/2008

<http://www.teledramaturgia.com.br/> Informações Cobras & Lagartos, Acesso em 02/04/2008

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-62762006000100008&script=sci_arttext Opinião Pública, acesso em 08/03/2010

<http://www.cnt.org.br/portal/webCNT/page.aspx?p=3f0f966a-00bb-4398-8e6b-1d1c18dd0c41>

Resultados da 100ª Pesquisa CNT/Sensus. Acesso em 06/03/2010.

http://www.amb.com.br/docs/pesquisa/imagem_instituicoes.pdf Associação dos Magistrados Brasileiros, pesquisa feita em 2007. Acesso em 08/03/2010.

<http://www1.folha.uol.com.br/folha/brasil/ult96u410886.shtml> Matéria referente aos dados da pesquisa feita pela Associação dos Magistrados Brasileiros, pesquisa feita em 2008. Acesso em 08/03/2010

<http://aprendiz.uol.com.br/content/techuspego.mmp> Pesquisa feita pela Fundação Getúlio Vargas em 2005. Acesso em 08/03/2010

http://datafolha.folha.uol.com.br/po/ver_po.php?session=946 Pesquisa Datafolha de 2010. Acesso em 08/03/2010

http://www.letras.puc-rio.br/catedra/revista/semiar_5.html Revista Semiar. Acesso em 30/06/2010.

CRÉDITO DAS IMAGENS

Figura 1: Mile. O Malho, 26/11/1904, (in CARVALHO, J. M. 1990, p. 100).....	30
Figura 2: Sem título. O Malho 15/11/1902, (in CARVALHO, J. M. 1990, p.90).....	31
Figura 3: Sem título. Revista Fon Fon (in CARVALHO, J. M. 1990, p.91).....	33
Figura 4: "O ano de 1896". O Malho , 25/11/1895, (in CARVALHO, J. M. 1990, p.121).....	34
Figura 5: Tiradentes, Décio Villares (in CARVALHO, J. M. 1990, p.90).....	41
Figura 6: Tiradentes, Pedro Américo (in CARVALHO, J. M. 1990, p.98).....	49
Figura 7: Tiradentes, Pedro Américo (in Revista História da Biblioteca Nacional, ano 2 n19 p.28).....	66
Figura 8: Montagem elaborada com imagens obtidas no Google imagem.....	82
Figura 9: Montagem elaborada com imagens obtidas no site telenovelasbr.cjb.net	128
Figura 10: Foguinho do Saara - Foguinho herdeiro da Luxus - Imagens extraídas do site da novela Cobras & Lagartos (http://cobraselagartos.globo.com).....	136
Figura 11: Imagens capturadas do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	146
Figura 12: Imagens capturadas do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	147
Figura 13: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	148
Figura 14: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	152
Figura 15: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	152
Figura 16: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	153
Figura 17: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	154
Figura 18: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	154
Figura 19: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	155
Figura 20: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	156
Figura 21: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	158
Figura 22: Imagens capturadas do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	160
Figura 23: Imagem capturada do filme Caramurú a Invenção do Brasil.....	161
Figura 24 Imagens obtidas através do google imagens.....	165
Figura 25 Images obtidas a partir di site do programa Casseta & Planeta Urgente (http://casseta.globo.com/).....	167
Figura 26 Imagens extraídas do programa Casseta & Plateta, exibido no dia 1/10/2002.....	172
Figura 27 Imagens extraídas do programa Casseta & Plateta, exibido no dia 1/10/2002.....	176
Figura 28 Imagens extraídas do programa Casseta & Plateta, exibido no dia 1/10/2002.....	182

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)