

Linguagens e complexidades na atualidade

Linguagem
Identidade
Sociedade
Estudos sobre a Mídia



Linguagens e
complexidades
na atualidade

ORGANIZAÇÃO

GELISEM

LINGUAGENS E COMPLEXIDADES NA ATUALIDADE

SÃO PAULO
PMSTUDIUM C&D
2014

Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

Linguagens e complexidades na atualidade

Ficha catalográfica elaborada por

PMStudium Comunicação e Design.

5511 2063 7829 - contato@pmstudium.com.br

Linguagens e Complexidades na Atualidade | organização: GELISEM . São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2013.

ISBN: 978-85-62814-10-5

160 p. ; 4 il.; 1 vid.



1. Audiovisual. 2. Roteiro. 3. Comunicação. I. GELISEM - UPM. II. Centro de Comunicação e Letras - UPM. III. MELLO, P. IV. ORESTES, I. - V. MILANI, E. - VI. MACKPESQUISA

CDD - 791.043

Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

1. CORPO DIRETIVO INSTITUCIONAL

1.1. Corpo Diretivo Universidade Presbiteriana Mackenzie

- Chanceler | Rev. Davi Charles Gomes
- Reitor | Prof. Dr. Benedito Guimarães Aguiar Neto
- Vice-Reitor | Dr. Marcel Mendes
- Decano Acadêmico | Profª Drª Esmeralda Rizzo
- Decano de Pesquisa e Pós Graduação | Prof. Dr. Moises Ari Zilber
- Decano de Extensão | Prof. Dr. Cleverson Pereira de Almeida

1.2. Corpo Diretivo Centro de Comunicação e Letras

- Diretor | Prof. Dr. Alexandre Huady Torres Guimarães
- Coordenador de Publicidade e Propaganda | Prof. Dr. Perrotti Pietrangelo Pasquale
- Coordenador de Jornalismo | Profª Drª Denise Cristine Paiero
- Coordenador de Letras | Prof. Dr. Ronaldo de Oliveira Batista
- Coordenador de Pesquisa | Profª Drª Lilian Crsitina Correa
- Coordenador de Extensão | Profª Drª Isabel Orestes Silveira
- Coordenador de Estágio | Prof. Me. Fred Izumi Utsunomiya
- Coordenadora de Atividades Complementares | Profª Drª Elaine Cristina Prado dos Santos
- Coordenador de TCC - Trabalho de Conclusão de Curso | Prof. Me. Osvaldo Takaoki Hattori
- Coordenadora de Pós-Graduação Stricto Sensu [Letras] | Profª Drª Ana Lucia Trevisan
- Coordenador de Pós-Graduação Lato Sensu | Prof. Dr. José Mauricio Conrado Moreira da Silva

[illegible]

- Prof. Ms. Eduardo Hofling Milani
- Prof. Ms. Manoel Roberto Nascimento de Lima
- Prof. Dr. Marcos Nepomuceno Duarte
- Prof^a. Ma. Maria Elisa Vercesi de Albuquerque
- Prof^a. Dr^a. Mirtes de Moraes
- Prof^a. Ma. Nora Rosa Rabinovich
- Prof^a. Ma. Sílvia Cristina Cópia Carrilho Silva Martins
- Prof^a. Ma. Sônia Maria Gomes Gerais

Linguagens e complexidades na atualidade

APRESENTAÇÃO



Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

[illegible]

LINGUAGEM NA CIBERCULTURA E O SER HUMANO – HASHTAG E SUA FUNÇÃO	10
CLEUSA KAZUE SAKAMOTO THAIS HENRIQUE DOS SANTOS AMANDA MENDES PIRES	
DIMENSÕES PSICOLÓGICAS E EMOCIONAIS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA MARCA POR MEIO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA DA H. STERN	18
EDUARDO HOFLING MILANI SÍLVIA CRISTINA CÓPIA C. S. MARTINS	
ENTRE FRANKENSTEIN E FRANKIE STEIN: NOVAS LINGUAGENS NO MITO DO ETERNO RETORNO.....	24
ELAINE CRISTINA PRADO DOS SANTOS ISABEL ORESTES SILVEIRA LILIAN CRISTINA CORRÊA	
ERA UMA VEZ: TELEFICÇÃO, QUADRINHOS E A SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA	39
FERNANDA ELOUISE BUDAG	
A CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA CHINA NA MENTE DOS BRASILEIROS ATRAVÉS DA MÍDIA.....	45
FRED I. UTSUNOMIYA MARIZA DE FÁTIMA REIS	
REPRESENTAÇÕES DA MULHER CONTEMPORÂNEA E O OLHAR PSICANALÍTICO: ENSAIO SOBRE O FILME “O DIÁRIO DE BRIDGET JONES”	52
LILIAN DE OLIVEIRA AYALA LIDELI CREPALDI	
A CONSTANTE DA VERTIGEM E A HERANÇA SIMBÓLICA	58
PATRÍCIO DUGNANI	
CONVERGÊNCIAS DE LINGUAGENS E HISTÓRIA: A MÚSICA, O CINEMA DE ANIMAÇÃO E QUESTÕES DE GÊNERO NA OBRA FANTASIA DE WALT DISNEY – 1940.....	64
ROSANA SCHWARTZ	
BELEZA DO FUTURO: OS PROCESSOS IDENTITÁRIOS E AS PRÁTICAS DE CONSUMO ENTRE AS JOVENS DE 15 A 20 ANOS.	68
SELMA FELERICO	

Linguagens e complexidades na atualidade



A MATEMÁTICA COMO FERRAMENTA PARA A ANÁLISE DA POESIA DO CIVILIZADO ENGENHEIRO ÁLVARO DE CAMPOS	81
SHEILA DARCY ANTONIO RODRIGUES	
CONTEMPORANEITY AS IDENTITY DEVELOPMENT	89
PAULO MELLO ISABEL ORESTES ISMAEL LIMA MARCOS RIZOLLI SILVIA MARTINS SONIA GERAIS	
A MÍDIA E A MULHER-MÃE: CORPO E CONSUMO ATRAVÉS DE UMA ANÁLISE QUANTITATIVA	101
VANESSA APARECIDA FRANCO MOLINA	
EXPRESSÕES DO INCONSCIENTE REVELADAS NA LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA E PSICANALÍTICA SOBRE O FILME THE WOLL (1982).....	110
ISABEL ORESTES SILVEIRA JULIANA VIZZACCARO	
O PROCESSO DE CRIAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS	121
JAQUELINE STEAGALL	
NA LINGUAGEM POÉTICA DE ADÉLIA PRADO A EXPRESSÃO TEOLÓGICA: RELAÇÕES DO EU-LÍRICO COM DEUS.....	127
MARCO ANTONIO PALERMO MORETTO	
PAISAGENS URBANAS – O GRAFITE E O ESPAÇO QUESTÃO	143
MIRTES DE MORAES	
LINGUAGEM DO CORPO E DESLIZAMENTOS PSICOLÓGICOS	148
NORA ROSA RABINOVICH	
ROTEIRO AUDIOVISUAL: DISPOSITIVOS DA EMOÇÃO NO FILME PULP FICTION	155
GLAUCIA DAVINO	

Linguagens e complexidades na atualidade



**Linguagem
Identidade
Sociedade**

Estudios sobre a África





LINGUAGEM NA CIBERCULTURA E O SER HUMANO – HASHTAG E SUA FUNÇÃO

Cleusa Kazue Sakamoto | Thais Henrique dos Santos | Amanda mendes Pires¹

RESUMO

A cibercultura transformou de modo radical como o ser humano se apropria do mundo e dele participa como agente de propagação de conteúdos; neste cenário, a construção criativa da comunicação e sua linguagem estimulam reflexões interessantes para ampliar o conhecimento do ser e do existir humano. A hashtag é uma ferramenta de busca de conteúdo informacional e é, ao mesmo tempo, um símbolo que identifica grupos, estabelecendo-lhes a definição de uma identidade; sua dupla função está vinculada à complexidade da realidade contemporânea e sua comunicação, à influência determinante das relações sociais no viver do ser humano na atualidade e à construção da subjetividade e sua expressão criativa.

PALAVRAS-CHAVE: CIBERCULTURA, LINGUAGEM DIGITAL, HASHTAG, IDENTIDADE, SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA.

ABSTRACT

Cyberculture transformed in a radical way how the human being appropriates himself of the world and participates of it as an agent of propagation of contents; in this setting, communication creative construction and its language stimulate interesting reflections in order to enlarge the knowledge of the human's to be and to exist. The hashtag is a tool for the search of informational content and, at the same time, a symbol that identifies groups, establishing a definition of an identity; its dou-

¹ Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação - FAPCOM

Linguagens e complexidades na atualidade

ble function is linked to the complexity of the contemporary reality and its communication, to the determinant influence of social relations in the human being living in the presente days and to the construction of subjectivity and its creative expression..

KEYWORDS: CYBERCULTURE, DIGITAL LANGUAGE, HASHTAG, IDENTITY, CONTEMPORARY SOCIETY.

INTRODUÇÃO

O ser humano, afirma a Psicologia, é um ser biopsicossocial, isto é determinado por aspectos de sua biologia, construção de sua subjetividade e sua rede de relações sociais. Para se constituir humano necessita empreender uma trajetória individual de desenvolvimento que é permeada por processos de interação social que propiciam a apropriação da cultura e do conhecimento da história da evolução humana. Incorporar códigos linguísticos, hábitos, crenças e valores culturais, inserir-se e participar do contexto social, são premissas para o estabelecimento de um ser e um fazer, que cada indivíduo estrutura em seu existir no cenário da vida coletiva.

A individualidade é um clássico objeto de estudo na Psicologia cujo conhecimento permitiu avançar no entendimento do desenvolvimento humano e da construção da subjetividade. No aprofundamento deste conhecimento, novos objetos ganharam destaque, como a importância dos fatores sociais para a estruturação do Eu, constructo que é concebido como sinônimo de identidade.

Na atualidade, a dimensão social do ser humano tem sido destacada de modo singular como fator determinante do estabelecimento da identidade pessoal e da aprendizagem de comportamentos que traduzem os costumes e expressam o modo operandi da troca social. As redes sociais, especialmente as redes sociais virtuais, a partir da criação da internet, se tornaram um importante foco de atenção do viver humano em várias áreas do existir – individual, sociocultural, profissional e outros, definidas por grupos de afinidade, de amizade, de produtividade, de necessidades, entre outras motivações determinantes.

Hoje é evidente, na prática vivida por todos aqueles que se conectam a redes de relacionamento virtuais, que a estruturação da vida coletiva está moldada no sistema de redes de relacionamentos sociais e que a dimensão individual sofre extrema influência deste universo.

A cibercultura como conjunto de crenças, valores e hábitos que mediam as relações humanas no ciberespaço (e fora dele), intrinsecamente associada aos avanços tecnológicos (informática e telemática), criou novas formas de trabalho e de



Linguagens e complexidades na atualidade



lazer, ou seja, de comunicação e relacionamento social, influenciando hábitos, escolhas de consumo, ritmos produtivos e compartilhamento da informação (LEMOS, 2004, APUD LEMOS; LÉVY, 2010).

Mencionam Sakamoto e Souza (2012, p.300), que “A cibercultura transformou radicalmente o modo como o ser humano se apropria do mundo objetivo, como também o levou a participar constantemente da propagação dos conteúdos incorporados do/no mundo”.

A comunicação com a criação da internet e seus inúmeros recursos, como os sítios de busca, as redes sociais virtuais e a construção de uma nova linguagem, revolucionaram as concepções sobre o ser humano e o mundo.

O presente artigo pretende abrir uma discussão sobre a hashtag enquanto elemento de linguagem da cibercultura e os processos de comunicação, considerando a trama de fatores da criatividade que se mostram envolvidos na construção da subjetividade pessoal e intersubjetividade das relações sociais.

HASHTAG – RECURSO DE LINGUAGEM, FILTRO DE BUSCA E OUTROS SIGNIFICADOS

A discussão pretendida neste artigo acerca da hashtag deve ser precedida de uma breve introdução de conceitos, que permitirá configurar o campo de análise do ciberespaço para o entendimento das questões que desejamos compartilhar.

Na tentativa de compreendermos a função da hashtag na comunicação e seu fator de influência quando utilizada nas mensagens, é necessário resgatarmos a definição de cibercultura e suas características.

A internet como revolução tecnológica e comunicacional é a protagonista principal do cenário em que se descortina o presente debate. De sua ideia germinal, há cinquenta anos, em 1962, seguida de sua primeira formulação em 1969 como Arpanet (Advanced Research Projects Agency Network), sua apresentação comercial como rede em 1974 - a Telenet, sua denominação como Internet em 1982 e a criação em 1991 da teia mundial World Wide Web – www (ERCILIA; GRAFF, 2008), ela define uma comunicação global em moldes digitais que desafia nossa necessidade de interpretação e entendimento.

Afirma Castells (1999, p.459): “Culturas consistem em processos de comunicação. E todas as formas de comunicação [...] são baseadas na produção e consumo de sinais” e, acrescenta: “Portanto, não há separação entre “realidade” e representação simbólica. Em todas as sociedades, a humanidade tem existido em um ambiente simbólico e atuado por meio dela”. Neste sentido, conclui o autor que o “novo sistema de comunicação organizado pela integração eletrônica de todos os modos de comunicação [...] não é a indução da realidade virtual, mas a construção da realidade virtual” (CASTELLS, 1999, p.459).

Contudo, considerando que “virtual é o que existe na prática” e “real é o que existe de fato” (CASTELLS, 1999, p.459),

Linguagens e complexidades na atualidade

o autor argumenta que “a realidade, como é vivida, sempre foi virtual porque sempre é percebida por intermédio de símbolos formadores da prática com algum sentido que escapa à sua rigorosa definição semântica” (CASTELLS, 1999, p.459). É esta característica presente em todas as linguagens, seu caráter polissêmico, que acolhe e codifica a ambiguidade e a diversidade das mensagens, até mesmo aquelas que são contraditórias (CASTELLS, 1999).

Para o estudioso, o que caracteriza a comunicação na cibercultura que está apoiada “na integração em rede digitalizada em múltiplos modos de comunicação, é sua capacidade de inclusão e abrangência de todas as expressões culturais”, porém a inclusão neste sistema precisa atender a uma exigência: “a adaptação a sua lógica, a sua linguagem, a seus pontos de entrada, a sua codificação e decodificação” (CASTELLS, 1999, p.460-461).

Para Musso (2006, p.194) o ciberespaço entrelaça “técnica, simbolismo, natureza e sociedade” e o que serve de ponto de união destes elementos de significação é a “ideia de ‘interconexão’ atribuída às redes de comunicação”.

O autor menciona o conceito de “conexidade” e “conectividade” baseado em Gabriel Dupuy, físico. Conexidade “é um conceito topológico que permite caracterizar a rede de relações entre subsistemas de uma rede territorial (DUPUY, 1985, p.6 APUD MUSSO, 2006, p.195). “Uma rede é conexa [...] se ‘cria solidariedade’” (DUPUY, 1985, p.70 APUD MUSSO, 2006, p.195). Acrescenta Musso (2006, p.196): “A conexidade é para a rede o que a organização é para o sistema. [...] quanto mais um sistema for organizado, portanto complexo, mais a sua estrutura da rede será conexa”.

A conectividade do ciberespaço, por sua vez, está relacionada à qualidade de espaço sem território, que se desenvolve “sem fim”, “sem história ou lugar, só há vínculos” e que é “híbrido, meio humano, meio máquina [...] porque as redes são ora organismos, ora artefatos. [...] é um ser híbrido, mas vivo!” (MUSSO, 2006, p.196). Acrescenta Musso (2006, p.197): “tudo parece possível nesse espaço ideacional (ideal), uma vez que esquecemos do território. Mas o corpo também está fora, pois apenas o cérebro é solicitado na aventura ciberespacial”.

A internet como meio de comunicação que impulsiona o ciberespaço na construção de sua cultura, para Castells (2003, p.164-165),

é um meio de comunicação com lógica própria e linguagem própria. [...] não se restringe a uma área particular de expressão cultural. Atravessa todas elas. Além disso, sua comunicação está em geral embutida na prática social [...]. O tipo de comunicação [...] está relacionado à livre expressão.

Ao considerarmos a internet como meio de comunicação, é interessante estabelecermos uma especificidade que a ca-

[illegible]

Em 2007 Chris Messina propôs a hashtag com o objetivo de criar grupos no Twitter, ou seja, agrupar conversas, o que transformou o recurso de linguagem em mecanismo de busca (VENTURA, 2013). Uma hashtag, por exemplo: #copadomundo,

Segundo Cañada (2006 apud Lopes, 2012) as etiquetas sociais das mensagens na internet podem ser identificadas em quatro estilos classificados segundo o “benefício social ao grande grupo de usuários e a motivação que leva o usuário a etiquetar” (LOPES, 2012, p.23), são eles: 1- estilo egoísta (para uso próprio, só o indexador consegue recuperar a informação), 2- estilo amigável (uso de termos específicos ao grupo com quem se deseja o compartilhamento da informação), 3- estilo altruísta (denota desejo de compartilhar com muitas pessoas, portanto exige esforço intelectual; a etiquetagem está vinculada

Linguagens e complexidades na atualidade



a temas conhecidos e aceitos), 4- estilo populista (etiquetas chamativas que são consideradas “lixo eletrônico” e que tem a finalidade de apenas gerar muitos acessos à etiqueta).

O debate dos fatores envolvidos na criação e uso de recursos de linguagem na cibercultura descortina um vasto campo de estudo que transcende as fronteiras da pesquisa em comunicação, na medida em que inúmeros elementos de outras áreas mantém relações diretas e indiretas acerca da expressividade humana e seus sistemas de pensamento, processos de produção e criatividade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lemos e Lévy (2012, p.205) ao abordarem a diversidade cultural da cibercultura advertem para a distinção entre “unidade” e “uniformidade” referindo que “A unificação econômica, comunicacional e, talvez dentro de pouco tempo, política da humanidade, não deve ser identificada a uma uniformização”.

O pensamento dos autores nos remete a reflexões importantes sobre a característica dinâmica dos processos humanos que se apoiam em pontos de sustentação coerentes e consistentes que servem de estabilidade, sem que os tornem rígidos. Segurança não significa imobilidade, controle não é o mesmo que dominação.

A internet permite com sua forma de comunicação, a permanente atuação das melhores qualidades humanas: a reciprocidade nas relações interpessoais, a capacidade de inovação na busca de soluções cotidianas, a liberdade de expressão, a responsabilidade coletiva, a construção da autonomia. O ambiente criativo que nela se estabelece é capaz de produzir inúmeros ganhos para os indivíduos e os grupos, a partir de sua premissa de igualdade e de liberdade, instituída na navegação.

É possível que a cibercultura nos facilite entender quão amplas são as potencialidades humanas, quão poderosa é a reunião de esforços dos grupos, como o processo da evolução de nossa espécie se processa.

A hashtag como recurso e mensagem representa um curioso exemplo como elemento de linguagem da cibercultura: utiliza um sinal constante que etiqueta a mensagem que o sucede e que é diversa, mais que isso, escolhe um sinal que é um símbolo lúdico – o jogo da velha – no qual a interação humana pode acontecer, um encontro humano, e finalmente, # é o “tabuleiro” do jogo, ou seja, seu suporte ou apoio, no qual a mensagem identificada pode se interconectar a outras de igual existência ou propósito.

A hashtag expõe a multiplicidade e a unidade da comunicação humana; ao mesmo tempo mostra sua singularidade e hibridismo, que em seus exemplos variados apresenta muitas linguagens e significados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMARAL, Adriana. Redes sociais, linguagem e disputas simbólicas. *Comunicação e Ciência*, Campinas, 2011, n.131. Disponível em: < http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-76542011000700009&lng=es&nrm=iso >. Acesso em: 29 nov. 2013.
- NEY, Catrin. Popularidade do Twitter dá origem à arte da hashtag perfeita. *BBC News – BRASIL*. Brasília, 16 ago. 2011. Disponível em: < http://www.bbc.co.uk/portuguese/noticias/2011/08/110815_twitter_hashtag_arte_mv.shtml >. Acesso em: 29 nov. 2013.
- CASTELLS, Manuel. *Sociedade em Rede*. Tradução de Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e terra, 2010.
- CHAGAS, Polyana Amorim. Um olho na TV e outro no computador: repercussão de produtos televisivos no Twitter. *Revista Científica do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão*. São Luís, Ano XIX, nº7, 2010. Disponível em: < http://www.cambiassu.ufma.br/cambi_2011/amorim.pdf >. Acesso em: 02 ago. 2013.
- CRYSTAL, David. *A revolução da linguagem*. Tradução de Ricardo Quintana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- ERICILIA, Maria; GRAFF, Antonio. *A Internet*. São Paulo: Publifolha, 2008.
- GUIMARÃES JR., Marcelo. O ciberespaço como cenário para as Ciências Sociais. *Florianópolis: Ilha*, 2000, n.1, p.139-154.
- KOMESU, Fabiana; TENANI, Luciani. Considerações sobre o conceito de “internetês” nos estudos da linguagem. *Linguagem em (Dis)curso*, Palhoça, SC, v.9, n.3, p.621-643, set./dez. 2009. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/ld/v9n3/10.pdf> >. Acesso em: 29 nov. 2013.
- LEMONS, André; LÉVY, Pierre. *O futuro da internet – Em direção a uma ciberdemocracia planetária*. São Paulo: Paulus, 2012.
- LOPES, Priscila da Silva. Uma abordagem sobre a indexação utilizada no Tumblr: a folksonomia em foco. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Biblioteconomia) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: < <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/54252/000855806.pdf?sequence=1> >. Acesso em: 29 nov. 2013.
- MACGARY, Kevin. *O contexto dinâmico da informação*. Tradução de Helena Vilar de Lemos. Distrito Federal: Briquet de Lemos, 1999.
- MUSSO, Pierre. Ciberespaço, figura reticular da utopia tecnológica. In: MORAES, Dênis de. *Sociedade midiática*. Tradução de Carlos Frederico Moura da Silva; Maria Inês Coimbra Guedes e Lucio Pimentel. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- SAKAMOTO, Cleusa Kazue; SOUZA, Caio Fernandes. A internet e a construção da subjetividade – uma discussão preliminar. *Boletim da Academia Paulista de Psicologia*, São Paulo, v.32, n.83, p.294-312, 2012.
- VENTURA, Felipe. A #hashtag está prestes a se espalhar a um bilhão de usuários. Mas por que ela foi criada? *Gizmodo, Brasil*, 13 jun. 2013. Disponível em: < <http://gizmodo.uol.com.br/historia-hashtag/> >. Acesso em: 16 nov. 2013.
- YUNG, Lei; SUN, Tao; ZHANG, Ming; MEI, Qiaozki. We know what @you #tag: does the dual role affect hashtag adoption? In: *21st International Conference on World Wide Web*, New York, 2012, p.261-270. Disponível em: < <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2187872> >. Acesso em: 29 nov. 2013.



DIMENSÕES PSICOLÓGICAS E EMOCIONAIS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA MARCA POR MEIO DE UMA CAMPANHA PUBLICITÁRIA DA H. STERN

Eduardo Hofling Milani² | Sílvia Cristina Cópia C. S. Martins³⁴

RESUMO

O presente artigo discute pontos relevantes da campanha publicitária My Collection da joalheria H. Stern, veiculada em junho de 2013, na Veja. Entre os aspectos abordados estão questões que tratam sobre: branding, percepções e construção de imagem de marca. Em complemento, a campanha publicitária impressa existe um vídeo disponível no canal youtube. Assim, a narrativa das mídias (em formatos impresso e vídeo) estaria completa, tendo um início, um meio e um fim. Nesse ponto, indaga-se sobre a disponibilidade do consumidor em ir até o site específico e concluir a recepção da campanha.

PALAVRAS-CHAVE: BRANDING; PERCEPÇÃO; CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE MARCA; H. STERN;

ABSTRACT

This article discusses relevant points of the ad campaign My Collection of jewelry H. Stern, broadcast in June 2013, in VEJA, a news week Brazilian magazine. Among the issues addressed are issues

2 milani@mackenzie.br

3 silviacristina.martins@mackenzie.br

4 Centro de Comunicação e Letras da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Linguagens e complexidades na atualidade



that deal with: branding, perceptions and building brand image. In addition, the print advertising campaign there is a video on youtube channel. Thus, the narrative of the media (in print and video formats) would be complete, with a beginning, a middle and an end. At this point, it inquires about the availability of consumer go to the specific site and complete receipt of the campaign.

KEY WORDS: BRANDING, PERCEPTION, BRAND IMAGE, H. STERN;

INTRODUÇÃO

O presente artigo discute complexidades e rupturas, ocorridas na comunicação de massa em mídias de uma campanha publicitária atual, tendo em vista fragmentos de uma mesma narrativa, mostrados a determinados públicos-alvo. No caso específico, selecionou-se uma peça publicitária veiculada na Veja, em junho de 2013: a campanha My Collection, pertence à joalheria H. Stern. Tal seleção deu-se especialmente pelo fato da peça evocar uma cena cinematográfica (e com ela, a fantasia, o romantismo e o glamour que o cinema desperta no grande público). Na peça, o produto não é o objeto mais relevante, embora a personagem a use. A relação leitor/peça/história só se concretiza pelo convite para se assistir ao filme via youtube. A partir da contextualização, proporcionada pelo vídeo, a mídia impressa ganha novas dimensões, com uma narrativa linear.

Nesse ponto, questionam-se os motivos que levariam o leitor/consumidor a visitar um site específico, quando justamente a maioria não perde tempo com excesso de informação. Há também alguns fragmentos complementares da história em questão que são veiculados de forma não lógica (ou óbvia) em vários canais de TV aberta e a cabo – aqui nos referimos à repetição clássica de uma mesma ideia todos os dias no mesmo canal, algo que não é mais uma realidade midiática atual. Nesse novo contexto midiático, torna-se difícil lembrar o produto ou marca. Isto porque não estamos expostos tempo suficiente à fragmentação das narrativas da marca. A sensação é semelhante ao de assistir uma novela ou seriado aos pedaços, isto nos obrigado a criar conexões. A partir desse quadro, assinala-se a complexidade atual de captar uma mensagem de uma marca nesse contexto que transita em várias mídias distintas.

DESCRIÇÃO DA PEÇA PUBLICITÁRIA E AS PRIMEIRAS QUESTÕES

De imediato, uma imagem fotográfica de propaganda impressa nos chama atenção. Uma jovem loira olhando para o lado, esboçando um leve sorriso de boca entreaberta com aparência de atriz de cinema, vestida com casaco de couro em uma pose relaxada em cima da moto estacionada no campo como se tivesse parado por algum tempo para descansar e apreciar a

Linguagens e complexidades na atualidade

paisagem. A foto parece uma cena de filme de aventura de motoqueiros rebeldes. Nela evidencia-se o torso superior do corpo: rosto, peito, braços apoiados no guidão da moto. O cenário é a estrada de terra e campos de pastagem ao fundo como uma espécie de moldura. Na propaganda o produto não está em primeiro plano. O que se coloca em destaque é a experiência emocional de contemplação da personagem. Mas quem é essa atriz? Seria a cena de qual filme? O que significa uma bela mulher sozinha passeando de moto no campo? Seria o leitor capaz de recordar de imediato algum filme que tenha visto? Essas são as primeiras impressões.



O estímulo a uma percepção atenta se dá pelo contraste estético, seu enquadramento e isolamento no contexto da revista carregada de informações óbvias e/ou banais. Em um momento posterior, mais abaixo na segunda metade da página, identifica-se a assinatura da marca H. Stern com a identificação de uma nova coleção My Collection, dentro de um contexto gráfico que remete ao mundo postal com seus envelopes com bordas zebradas e selos postais carimbados. Aqui conclui-se a venda de joias. Mas elas não estão evidenciadas na personagem. Estão a uma distância que não valoriza as peças preciosas. Outro questionamento possível: qual o motivo de se colocar uma personagem de aspecto rebelde, naquela situação, usando joias, uma vez que joias normalmente remetem ao universo glamoroso dos ricos e famosos? Existe algo de contraditório na narrativa proposta pela fotografia.

Aprofundando-se na análise do anúncio, as letras miúdas no final da página sugerem o filme My Collection no youtube. O público-alvo faria isso? Procuraria o filme publicitário? Nesse contexto, quanto tempo empreende-se na observação das questões de “de ordem técnica” sobre o objeto dessa peça publicitária? Nessa linha

argumentativa, busca-se compreender como a percepção atenta para uma foto pode despertar uma curiosidade ativa para o leitor ir até o vídeo, e depois pelo simples prazer de entender a narração como um todo.

DESENVOLVIMENTO E CONCEITOS

Para entendermos os fenômenos que estimulam o interesse do leitor da revista *Veja*, ou mais especificamente o público-alvo da H. Stern, é preciso atentar-se para a percepção da narrativa publicitária e sua identificação com o produto e com a marca através da autoimagem do indivíduo. Conceito-chave na presente reflexão, a percepção tem sido definida como sensações acrescidas de significados.

Segundo Gade (1998, p. 30), as experiências sensoriais são integradas àquilo que existe armazenado de experiências anteriores, isto é “a percepção deriva de processos de exposição, atenção e interpretação seletivos.” Já para a autora Ana Jorge (2011, p.31) há três significados para o termo percepção: percepção enquanto pensamento; percepção enquanto sensoriedade e compreensão e; percepção enquanto interpretação de estímulos e construção de significados. Nesse quadro, o modo como uma pessoa motivada realmente age é influenciado pela percepção que ela tem da situação. Sendo assim, a percepção é processo por meio do qual alguém seleciona, organiza e interpreta as informações recebidas para criar uma imagem significativa do mundo. É consenso que as percepções podem variar consideravelmente entre indivíduos expostos à mesma realidade.

Na peça publicitária ora em exame, o que se vê são as percepções sendo mais importantes que a realidade, ocorrendo o processo da percepção da atenção seletiva devido ao simples prazer de se entregar à fantasia – uma joia tem mais poder simbólico do que patrimonial, visto que o consumidor pode perceber sua autoimagem carinhosa, vivenciando o momento de compra de uma joia; um instante de presentear seu ente querido, o momento de viver a etapa de “amor” e “estima” nesta hierarquia de necessidades. Nesse sentido, os consumidores precisam estar convencidos de que sua autoimagem se ajusta às suas metas de vida, sendo que uma forma de conseguir isso é usar produtos com marcas que fundamentem e determinem essa posição (ELLWOOD, 2004, p.154). O sentido do ego social não está apenas diretamente relacionado a outras pessoas, mas também pode ser aquele ego imaginário que concebemos.

Muitas vezes, o consumidor escolhe e usa marcas que correspondam à sua autoimagem ideal (como essa pessoa gostaria de ser), ou mesmo à sua autoimagem projetada (como ela pensa que os outros a veem). Esses efeitos podem ser mais presentes no caso de produtos consumidos em público do que aqueles consumidos no espaço privado. Sob essa perspectiva, consumidores com excesso de auto-cobrança – sensíveis a como os outros os veem – estão mais propensos a escolher mar-

[illegible]

A construção da imagem de uma marca, como geradora de valor obedece à psicologia do conhecimento, que se baseia na experiência de construir crenças e comportamentos inerciais nos consumidores. Do ponto de vista do público é que se deve levar como principal consideração é a relação da identidade material e simbólica do produto/marca e a experiência emocional com o consumidor se relacionando com a realidade diária do produto ou serviço. A condição superior da imagem com relação ao produto ou serviço possui bases sólidas, são elas: 1) a imagem é o que persistirá na memória sintética do público, ligando a marca ao produto ou serviço; 2) a imagem é o que estimula as decisões de compra e fidelidade do consumidor e, 3) a imagem da marca é a força que estimula as preferências e decisões em relação à marca e ao que ela representa. Desse modo, considera-se que as pessoas não compram produtos, mas sim a marca. A H. Stern é uma marca de joias que já ostenta tradição e valor simbólico-social significativo.

Para ser persuasiva uma história deve ter, basicamente, cinco elementos (que somente ficam evidentes quando se assiste ao vídeo da campanha, no youtube): 1) espírito – determinação e meta a ser alcançada, envolvendo universalidade e pureza de intenção – situação arquetípica; 2) intensidade dramática – complexidade dos conflitos, grandeza dos obstáculos, situações impossíveis, desejos incorruptíveis; 3) personagens – riqueza, complexidade e intensidade emocional; 4) envolvi-

Linguagens e complexidades na atualidade

mento do drama – contextualização profunda dos personagens multifacetados, personagens com intenções individuais fortes em direção opostas e, 5) qualidade estética – sensibilidade fotográfica, riqueza e integração dos detalhes da locação, limpeza no visual direcionado para um sentimento central, dramaticidade na iluminação, acting com sensibilidade, beleza e força do enquadramento, direção de cena com dramaticidade no ritmo como uma pauta musical (MARTINS 1999 p.149).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência da percepção da peça publicitária, gerada pelo estímulo de uma imagem diferenciada em meio a um contexto da revista Veja, na qual, de certa forma, predomina uma quantidade exagerada de publicidade sem grandes atrativos, a simplicidade da peça da H Stern se destaca, a curiosidade sutil despertada para uma experiência no youtube para entender o contexto emocional da história como um todo. A forma clássica de repetição em uma mesma mídia não acontece. A estratégia sugerida pela observação atenta do autor é uma fragmentação da história em que em vários momentos diferenciados, contemplando o prazer da surpresa de mais um capítulo naquela fantasia romântica/rebelde que se complementam construindo o sentido completo daquela história/experiência apaixonada. A narrativa é suporte para a construção da autoimagem do consumidor para a construção de valor através da imagem da marca que em sua essência, por sua vez quer valorizar a pureza de uma paixão e do amor romântico. A marca que comercializa joias, é uma ferramenta simbólica afetiva para se presentear algo de valor patrimonial e estético, que vai ao encontro das memórias dos nossos melhores momentos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- COSTA, J. A imagem da marca: um fenômeno social. São Paulo: Ed. Rosari, 2009
- ELLWOOD, L. O livro essencial das marcas. São Paulo: Ed. Clio, 2004
- GADE, C. Psicologia do consumidor e da propaganda. São Paulo: EPU, 1998
- JORGE, A. M. G. Introdução à percepção: entre os sentidos e o conhecimento. São Paulo: Ed. Paulus, 2011
- KARSAKLIAN, E. Comportamento do Consumidor. São Paulo: Ed. Atlas, 2000
- KOTLER, P. Administração de marketing. São Paulo, Pearson, 2006
- MARTINS, J. S. A Natureza emocional da marca: como escolher a imagem que fortalece a sua marca. São Paulo: Ed. Negócio, 1999
- SHIMP, T. A. Comunicação integrada de Marketing. Porto Alegre: Bookman, 2007

RESUMO

Este trabalho visa oferecer uma comparação entre a literatura e a cultura de consumo, com a ousadia de se enxergarem as consequências do consumo e, em especial, do corpo humano por meio das lentes da publicidade e dos estudos da cultura literária clássica em diálogo com a contemporânea. Serão apresentadas perspectivas midiáticas possíveis de se perceber o apelo da eterna juventude e da imortalidade, por meio do estudo do mito clássico de Prometeu, intertextualmente apresentado por Frankenstein (1818), de Mary Shelley, e por Frankie Stein, personagem teen, em Monster High (2010), de Lisi Harrison, demonstrando que a busca pelo ideal de corpo perfeito é, de fato, cíclica e parte constituinte do comportamento humano quer seja na antiguidade quer seja na contemporaneidade.

PALAVRAS-CHAVE: MITO; IMAGEM; CORPO; DIÁLOGO; SOCIEDADE DE CONSUMO.

INTRODUÇÃO

Podemos afirmar que a publicidade emprega, em seu discurso, símbolos e mitos, provocadores de sentido, porém já produzidos culturalmente por diversas mídias. Ao se apropriar desses recursos simbólicos e míticos, a publicidade significa e ressignifica essa linguagem. Por isso, o discurso publicitário se apresenta em uma relação discursiva e dialógica entre

⁵ Professoras Doutoradas da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Linguagens e complexidades na atualidade



o emissor e o receptor de tal forma que legitima uma sociedade de consumo, caracterizada pela intensa busca do prazer e da perfeição. A busca do ser humano pela perfeição é constante tanto ao que se refere a seus atos quanto à sua aparência. Várias são as razões que poderiam ser elencadas para explicar tal fenômeno: a insistência e, por que não dizer persistência pelo sucesso de grandes projetos (ou mesmo pequenos!), a angústia vinculada à espera pelos resultados desses projetos e a sensação de absoluto deleite quando se obtém uma resposta minimamente satisfatória, objetivando, mais uma vez, a busca pelo aperfeiçoamento de ideias e de concepções relacionadas ao objetivo inicial — isso faz parte do comportamento humano.

São também característicos do comportamento humano os momentos de sofrimento diante de projetos mal sucedidos ou mesmo mal interpretados pelo outro, pois muitas vezes o problema está no outro ou no momento em que as ideias podem surgir, porque a vida humana está sempre emaranhada neste jogo de erros e de acertos, uma vez que já nos acostumamos a passar do êxtase da profunda alegria ao rancor do mais amargo sofrimento.

É pensando nessas características e no inevitável envolvimento do ego humano relacionado aos sucessos e insucessos ao longo da vida que podemos vincular as questões comportamentais à busca pela perfeição da aparência física, quase como um sinônimo à busca tanto pela perfeição quanto pela realização pessoal.

Como alicerce para discutir tais propostas, apresentamos duas personagens literárias de gêneros distintos, consideradas o duplo uma da outra, porém em épocas e propostas diferentes; no entanto, apresentam-se complementares: o monstro de Frankenstein (1818), uma das personagens protagonistas do romance da inglesa Mary Shelley, considerado uma das criaturas mais temidas (e apaixonantes) da literatura romântica, e Frankie Stein, uma das protagonistas adolescentes da obra teen *Monster High* (2010), de Lisi Harrison.

A proposta deste estudo se pauta sobre dois eixos temáticos: a literatura e a cultura de consumo, com a ousadia de se enxergarem as consequências do consumo e, em especial, do corpo humano por meio das lentes da publicidade e dos estudos da cultura literária clássica em diálogo com a contemporânea. O artigo apresenta diferentes percepções sobre o apelo da eterna juventude e da imortalidade.

É notável a presença de vozes apelativas em diversas formas de discursos relacionados à beleza. Por isso, pretendemos abordar, com maior intensidade, a respeito da sociedade de consumo a partir de duas personagens já citadas: Frankenstein e Frankie Stein, como modelos exemplares, para compreender o sentimento de inadequação diante do consumo de uma estética voltada a um ideal de beleza ditado pela mídia. Esses argumentos, considerados como expedientes discursivos,

Linguagens e complexidades na atualidade

levam-nos a ampliar a perspectiva a respeito do corpo e de sua relação com o consumo, a ponto de provocar o diálogo acadêmico investigativo.

PUBLICIDADE: CONCEITO FUNDAMENTAL

Os termos, publicidade e propaganda, embora tenham significados diferentes, têm sido empregados muitas vezes como sinônimos tanto por leigos quanto por alguns profissionais da área. Cabe enfatizarmos que as tentativas de estabelecimento das delimitações dos termos são antigas bem como é a relação entre comunicação e religião. Muitos estudos já foram feitos no sentido de conceituar propaganda e publicidade, segundo Figueiredo (2007, p.2), "há grande controvérsia entre autores em relação ao uso dos termos citados". Sem a pretensão de esgotarmos o assunto, estabeleceremos alguns pontos a respeito de propaganda e de publicidade.

Malanga (1979) afirma que Clemente VII, em 1602, com a frase "Incrustabile Divine", foi aquele que "fundou" a propaganda. Ao criar o Congregatio de Propaganda Fide (Congregação para a Propagação de Fé) iniciou uma atividade que foi disseminada nos séculos seguintes. No entanto, Figueiredo (2007, p. 4) contesta esse pressuposto ao comentar que o termo propaganda tem origem no latim propagare, e foi utilizado, oficialmente, pela primeira vez em 1633, quando o papa Urbano VIII criou o Congregatio Propaganda Fide. Figueiredo (2007, p. 4), ao fazer esta citação, nos remete à pesquisa de Martins (1999, p. 36) e acrescenta que tal órgão era incumbido de propagar e defender os dogmas perpetrados pela Igreja Católica.

Mesmo que o conceito de Propaganda agregue algumas contradições quanto ao início de seu uso, podemos entender que a Propaganda relaciona-se à difusão de ideias, em contraposição à Publicidade que se apresenta relacionada à divulgação de produtos. Apesar de Publicidade possuir também várias acepções diferentes, basta-nos compreender que, em um primeiro sentido, a ideia de publicidade se opõe ao que é secreto e desconhecido, para em seguida se relacionar ou dizer respeito a tudo o que favorece as vendas. Eis uma definição do termo:

A definição técnica, em seu sentido mais restrito, refere-se exclusivamente à utilização abertamente remunerada dos cinco principais suportes ou meio de comunicação de massa (imprensa, rádio, cinema, televisão, cartazes) tendo em vista a difusão de um produto ou de um serviço. (MAARCUS-STEIFF, 1974, p. 10)

O papel da publicidade pode ser entendido aqui em termos gerais como sinônimo de propaganda que utiliza as variadas formas de mídia como meio para veicular as mensagens publicitárias.

Linguagens e complexidades na atualidade



PUBLICIDADE E SUAS IMPLICAÇÕES

A Indústria Cultural⁶ expressa sua força, seduzindo o homem para o consumo de necessidades desnecessárias, como McLuhan (1979, p. 257) afirma: “Os anúncios não são endereçados ao consumo consciente. São como pílulas subliminares para o subconsciente, com o fito de exercer um feitiço hipnótico”. Se existe fundamento em tal declaração, podemos considerar que o olhar é direcionado para o consumo, é condicionado para a compra de produtos. Afinal, os comerciais induzem ao ato do consumo, gerando necessidades e ações automáticas e conseqüentemente insatisfação, pois nunca o homem terá tudo. A indústria do consumo renovará constantemente o apelo para instigar o seu desejo de posse.

Muitos estudiosos de diferentes áreas do conhecimento discutem a respeito dos efeitos positivos ou não do discurso publicitário no comportamento e na mentalidade dos receptores. Dentre aqueles que analisam o discurso publicitário como forma de controle social, podemos recorrer às considerações de Lagneau (1974, pp. 121-122) que investigou sobre os recursos utilizados pela publicidade considerando a linguagem como forma de sedução, por meio de três vias: psicológica, antropológica e sociológica. Pela via psicológica, reconheceu-se o pensamento psicanalítico de Freud, o jogo erótico que os anúncios publicitários contêm; pela via antropológica, investigou-se o receptor que é induzido pela compra e iludido pelo jogo simbólico das palavras que inconscientemente o remete aos arquétipos coletivos. Por fim, pela via sociológica, o autor menciona o fato de que o discurso publicitário dá a ilusão de que é dirigido a um único indivíduo e as palavras empregadas contêm força para convencê-lo de que ele faz parte de um grupo social, portanto é um sujeito especial.

Segundo Carvalho (2001, p.10):

[...] a publicidade não tem autoridade para ordenar”, então o emissor utiliza a manipulação disfarçada, [...] para convencer e seduzir o receptor, não deixa transparecer suas verdadeiras intenções, ideias sentimentos, podendo usar de vários recursos: a ordem (fazendo agir) – “Beba Coca-Cola”; a persuasão (fazendo crer) – “Só Omo lava mais branco”; ou a sedução (buscando o prazer) – “Se algum desconhecido lhe oferecer flores, isto é Impulse”.

Para Mezan (2003, p. 303), a publicidade nunca é espontânea e sua função é dupla: “suscitar impulso onde não existiam e persuadir o indivíduo a satisfazê-lo adquirindo o objeto ou o serviço anunciado”. O autor prossegue afirmando:

⁶ Para o leitor interessado em uma discussão mais aprofundada sobre o tema Indústria Cultural remetemos o leitor aos textos de Max Horkheimer e Theodor W. Adorno. A Indústria Cultural- O Iluminismo como mistificação das massas. In: A Dialética do Esclarecimento. Tradução de César Bloom. Rio de Janeiro: Zahar, 1985 [1969].

Linguagens e complexidades na atualidade

Assim, ficar sabendo que existe determinado produto [...] provoca o desejo de possuí-lo ou desfrutá-lo, em princípio num sentido funcional: ele facilita sua vida, aumenta sua segurança, torna você mais bonito ou atraente, faz de você um individuo melhor, mais capaz de competir ou promover o necessário para os seus queridos .

A publicidade então não vende produtos, nem tão pouco vende suas ideias, mas vende de forma disfarçada um modelo de vida que propõe a felicidade como mercadoria. De forma sedutora induz ao consumo, nunca fala de modo negativo, nunca se aprofunda nos textos, nunca se dirige às massas, mas se enche de valores e dirige-se sempre a “você”, porque “você merece”.

Em outras palavras, a publicidade tem, por referência, o vazio interior do ser humano, conforme afirma Carvalho (2000, p.19), “a mensagem faz ver que falta algo para completar a pessoa: prestígio amor, sucesso, lazer, vitória”. O receptor descobre o que lhe faltava “embora logo após a compra sinta a frustração de permanecer insatisfeito”.

Consumem-se símbolos mais do que produtos. É a vitória da aparência, que se visualiza de forma palpável em nosso corpo, como salienta bem Maffesoli (1999, p. 41) “[...] esse corpo só é constituído para ser visto. É teatralizado no mais alto grau. Na publicidade, na moda, na dança, só é paramentado para ser apresentado em espetáculo”.

Assim, sob uma perspectiva entre publicidade e literatura, escolhemos figuras mítico-literárias que podem ilustrar o percurso da busca pelo ideal de perfeição, a adequação e a frustração. O percurso é traçado por meio do mito clássico de Prometeu, intertextualmente apresentado por Frankenstein (1818), de Mary Shelley, e por Frankie Stein, personagem teen, em Monster High (2010), de Lisi Harrisson.

Neste elo intertextual, por um lado, o monstro criado por Mary Shelley, composto por partes de cadáveres, desproporcionalmente constituído, evoca a noção de que o cientista, Frankenstein, visava recriar a vida para obter fama e sucesso, sem se preocupar com o resultado final de sua experiência, sem levar em conta a forma ou as questões estéticas.

Por outro, Frankie Stein, a personagem teen, recriada por Lisi Harrisson, retrata as imperfeições estéticas do monstro com arestas a serem preenchidas por um ideal de beleza que pode ser “atualizado” por meio de correções cirúrgicas, pelo uso de bons cosméticos e por looks adolescentes exatamente iguais aos das revistas de moda atuais. A personagem Frankie Stein, por meio da reatualização da figura de Frankenstein, questiona o conceito de ideal de beleza, além, é claro, do comportamento tipicamente consumista do adolescente, como se observa em:



Nunca tinha visto os pais com tanta dificuldade para falar. Recordou aceleradamente as compras recentes que havia feito, esperando assim descobrir qual gasto os tinha feito sair do sério. “Temporada de Gossip Girls no iTunes... Perfume odorizador de ambientes, aroma flor de laranjeira... Meias listradas da Hot Sox, em que se calçavam os dedos um a um, tão engraçadinhas... Assinaturas de revistas – Us Weekly, Seventeen e Vogue... Aplicativo de Astrologia para o iPhone... Aplicativo de numerologia... Aplicativo de interpretação de sonhos... Creme desembaraçante da Moroccanoil... jeans boyfriend da Current/Elliott...” (HARRISON, 2010, pp. 28-29)

- O seu pai está querendo dizer é que você tem quinze dias de idade. Em cada um desses dias, ele lhe implantou no cérebro o equivalente a um ano de aprendizado: matemática, ciências, história, geografia, idiomas, tecnologia, arte, música instrumental, filmes, canções, tendências, expressões idiomáticas, convenções sociais, bons modos, profundidade emocional, maturidade, disciplina, livre-arbítrio, coordenação motora, coordenação fono-articulatória, reconhecimento sensorial, percepção tridimensional, ambição e até um pouco de apetite. Você tem tudo!

- Por isso, agora que é uma adolescente linda e inteligente, você já está pronta para... ir para a escola dos normies. (HARISON, 2010, p. 30)

Abre-se diante de nós o desafio de se estabelecer um elo entre a figura grotesca do monstro e a figura simpática da adolescente altamente consumista a ponto de relacioná-las ao mito de Prometeu tanto em relação à recriação da vida quanto ao aprimoramento da imagem estética.

Linguagens e complexidades na atualidade

ENTRE FRANKENSTEIN E FRANKIE STEIN

Para se entender a figura de Frankenstein e sua criação, partiu-se do texto bíblico, em uma relação dialógica com o mito de Prometeu, extraído tanto da Teogonia e dos Trabalhos e os dias, do poeta Hesíodo, a fim de verificar as releituras transpostas de Mary Shelley e de Lisi Harisson como uma forma de entender os mitos e os símbolos inerentes que podem ser transpostos para o discurso publicitário, legitimado pela sociedade de consumo. Este percurso é imprescindível para se chegar ao cerne do que é mito egocêntrico e sociedade de consumo.

O Gênesis, cujo registro tem servido de referência estruturante da cosmologia judaico-cristã, expressa o fundamento da antropologia bíblica: um modelo humano feito a partir do pó da terra, impregnado, contudo, pelo espírito do Criador, que lhe instila a centelha divina: “Deus criou o homem à sua imagem, à imagem de Deus ele o criou [...]. O Senhor Deus modelou o homem com o pó apanhado do solo. Ele insuflou nas suas narinas o hálito da vida, e o homem se tornou um ser vivo.” (Gênesis 1.27; 2.7)

Segundo a concepção bíblica, no momento da criação, o homem foi modelado, do barro da terra, pelas mãos divinas, e o Criador insuflou o hálito de vida ao primeiro homem. Entretanto, em termos literários e míticos, para o poeta Hesíodo, em Teogonia, Prometeu é considerado o benfeitor da humanidade – aquele que rouba a faísca divina, símbolo da inteligência, para agraciar os mortais. O relato sobre o herói, que rouba o fogo divino para dar aos homens, pagando por isso o alto preço de sua punição, marca efetivamente o aparecimento do homem e o sentido da conquista e da consciência humana. Todavia Prometeu é o astuto, aquele que engana o senhor do Olimpo no banquete de Mecone.

Segundo a Teogonia, (535-536), de Hesíodo, como os deuses desconfiassem dos homens, protegidos por Prometeu, houve entre eles uma briga, sendo necessário apresentar uma oferenda a Zeus para acabar definitivamente com essa rivalidade. Prometeu, querendo beneficiar os mortais, dividiu um boi enorme em duas porções: a primeira continha as carnes e as entranhas, cobertas pelo couro do animal; a segunda, apenas os ossos, cobertos com intensa gordura. Zeus escolheu exatamente a porção, que continha ossos e gordura, destinada aos mortais. Sentindo-se ultrajado, investiu contra os homens a privação do fogo, ou seja, simbolicamente, a privação da inteligência de tal forma que os homens se imbecilizaram (HESÍODO, Trabalhos, 47-50). Como Prometeu roubou o clarão do fogo, Zeus o prendeu com correntes de ferro no Cáucaso, onde uma águia lhe devorava o fígado, que renascia à noite. Este castigo só chegou ao fim com o consentimento de Zeus, que, ao querer glorificar seu filho Héracles, deixou que este abatesse a terrível águia (HESÍODO, Teogonia, 507). O mito explica a criação do

Linguagens e complexidades na atualidade

homem e sua trajetória com o conhecimento do fogo.

Frankenstein narra a história de Victor Frankenstein, estudante de Medicina, curioso a respeito do novo e das grandes descobertas de seu tempo, que constrói (com base em experimentos científicos compartilhados com um professor) uma criatura a partir de restos de cadáveres. Após dotá-la de vida, exausto e assustado com o sucesso de seu feito e com as dimensões e aparência tenebrosa da criatura, foge de volta para Genebra, para junto de sua família. O monstro, que nunca recebe um nome, vaga pela região em busca de seu criador e passa pelas diversas etapas do aprendizado humano até reencontrar o médico e exigir dele uma companheira, em suas palavras:

Não o deixarei partir enquanto não atender ao meu pedido. Sou só e infeliz; a humanidade nada quer comigo; mas alguém tão disforme e horrível quanto eu não vai me negar sua companhia. Minha companheira deve ser da mesma espécie que eu e ter os mesmos defeitos. Esse ser você terá de criar. (...) Você deve criar uma fêmea para mim, com a qual eu possa viver e trocar os sentimentos necessários à vida. É algo que só você pode fazer, e eu exijo como um direito meu que você não pode se recusar a me conceder. (SHELLEY, 1998, pp. 162-3)

Mary Shelley remodela a figura prometeica em Prometeu moderno, por meio da figura do jovem cientista Victor Frankenstein, transformando-o em um novo Prometeu, que dá vida a um ser a partir da matéria morta. No mito, Prometeu roubou o fogo sagrado para dar à humanidade; no romance de Shelley, Victor Frankenstein não rouba o fogo sagrado para dar vida à sua criatura, mas ele se utiliza da centelha da eletricidade. Na transposição do mito de Prometeu, Mary Shelley transforma Victor Frankenstein no criador, em um demiurgo, em um novo Prometeu, que tenta moldar um ser humano à sua imagem e semelhança. Neste ponto, é notável verificar o elo intertextual feito com o Gênesis bíblico. Embora Frankenstein não tenha, do barro da terra, modelado o monstro, como o homem foi criado por Deus, segundo a Criação do Gênesis bíblico e segundo o mito de Prometeu, ele aproveita-se da matéria morta, de partes de seres já mortos, fazendo uma seleção de membros que julgava mais fortes segundo a aparência, em uma tentativa de recriar a vida por meio da morte.

Victor chega a construir uma companheira para o monstro, mas quase ao término de sua nova criação, antes de dotá-la com a chama da vida, ele a destrói por temer povoar o mundo com seres monstruosos, embora soubesse que monstruosidade maior era, evidentemente, a sua.

Linguagens e complexidades na atualidade

Tanto o mito de Prometeu quanto a história do monstro de Frankenstein estão interligadas pelo mito da criação e pela centelha de vida, ou seja, expressam a força criadora do homem por meio do fogo, luz do conhecimento. Prometeu foi castigado por Zeus, tendo seu fígado devorado; o monstro foi abandonado à própria sorte. O mito pode ser transposto para a cultura de uma sociedade de consumo que modela, por meio da força do discurso publicitário, o seu Frankenstein, o monstro do corpo perfeito, o ideal, que procura ser adequado a meio cultural, mas que muitas vezes é abandonado por seu criador à própria sorte.

Em *Monster High*, obra contemporânea, vemos uma releitura intertextual do monstro de Frankenstein lido sob outra ótica. No primeiro dos atuais cinco volumes já lançados, há duas adolescentes protagonistas, Melody Carver e Frankie Stein; entretanto nós nos concentraremos no interessante contraponto em que as duas se apresentam em diálogo com a obra de Shelley, além, é claro, de nos remetermos, a partir dessas personagens, às questões relacionadas ao egocentrismo consumista.

Melody Carver é, na obra, considerada uma *normie* (humana), filha de Beau, um cirurgião plástico, e de uma *personal shopper*. Saiu com sua família de Beverly Hills, em direção ao estado de Oregon, porque Melody sofria muito com a asma. A descrição da personagem inclui cabelos compridos pretos e opacos, olhos acinzentados, um nariz com duas lombadas e dentes, segundo ela, todos caninos. Embora Melody não se importasse com a beleza, e sim com a interioridade do ser humano, o pai corrigiu seu nariz e os dentes em uma plástica. Frankie Stein é filha do Dr. Frankenstein, tem quinze dias de idade e para ela tudo é novo. Seus cabelos são brancos com mechas pretas, tem um olho azul e outro verde. As partes de seu corpo são suturadas e quando uma parte se solta, ela morre de vergonha, embora consiga controlá-la à distância. Sua pele tem uma coloração verde-menta e ela tem dois parafusos ligando o pescoço ao restante do corpo - se mudá-los de lugar, a eletricidade estática faz tudo à sua volta se magnetizar.

O diálogo intertextual estabelecido entre Frankenstein e *Monster High*, embora pareça estar ligado meramente à composição das personagens, aponta os aspectos relacionados ao comportamento social. Victor retrata o rapaz tipicamente romântico, que busca por uma identidade e por respostas a grandes dilemas, como o enigma da criação, o “brincar de Deus” e, por sua trajetória, acaba por tornar-se um demiurgo ao criar um monstro, mas temeroso diante de sua criação, o abandona à mercê do mundo desconhecido (como aquele que consome algo de que não gosta e depois descarta o produto, visando apenas ao próprio bem-estar). Embora abandone sua criação, ele é o demiurgo, ele é um novo Prometeu. O rapaz não mede

[illegible]

Tanto Prometeu quanto Victor podem representar a história do homem em busca da perfeição, pois ao criarem, inventarem, frustram-se diante dos resultados, são castigados, e por fim, sentem um vazio diante dos fracassos e das imperfeições.

Este é o primeiro livro de uma nova série, em que a High School (ou ensino médio, para nós) é vista de uma maneira diferente: os “monstros” e os chamados “freaks” também querem ser populares, namorar e ter seu lugar garantido no mundo dos normais, ou “normies”. A história começa com a comunidade dos monstros vivendo em segundo plano no ambiente da Merton High School. Mas, com a chegada à cidade de duas novas garotas, tudo começa a mudar. Frankie Stein pertence à família do famoso monstro, e foi criada em laboratório por seu pai, há apenas quinze dias. Ela é literalmente “elétrica”, pois necessita carregar suas baterias diariamente, além de ter de maquiar o corpo todo para esconder sua cor verde. Melody Carver, por outro lado, vem de uma família humana perfeita. Entretanto, todas as tentativas de seu pai, um cirurgião plástico, de transformá-la em uma linda garota serão suficientes para que ela passe a se sentir uma “freaky” e um peixe fora d’água. Juntas, as duas vão virar a Merton School de ponta-cabeça, libertando todos os monstros da situação de invisibilidade a que estão relegados.

Por meio dessa breve apresentação, detectam-se comportamentos tipicamente característicos de sociedades consumistas, cujas personagens constroem suas histórias, ditadas por paradigmas muitas vezes cristalizados, idealizam imagens

Linguagens e complexidades na atualidade

perfeitas: “maquiar o corpo todo”, “família humana perfeita”. Enquanto uma personagem é criação de seu pai, recorrendo a cosméticos; a outra, considerada normal, passou por uma série de cirurgias plásticas. Dentro de toda normalidade, Melody não deixa de ser também uma criação por meio da cirurgia a ponto de se sentir um peixe fora d’água.

Por meio do mito Frankenstein, interligado ao mito de Prometeu, apresenta-se a releitura de Frankie para se entender a sociedade de consumo que cria, como um Victor e um Prometeu, padrões e normas, regras e modelos consagrados de Ideal de Beleza, que muitas vezes se tornam um Frankenstein, gerando a angústia do abandono, do desajuste, da inadequação, da incompreensão.

ÀS VOLTAS COM O MITO EGOCÊNTRICO E A SOCIEDADE DE CONSUMO

A idealização do corpo foi, ao longo do tempo, construída pelo imaginário coletivo, de tal forma que se evidenciam as produções publicitárias hoje a respeito do ideal de corpo, todavia devem ser lidas segundo o contexto da realidade impressa pelas estruturas culturais, pelos sinais do passado e do presente, o que nos remete ao movimento cíclico do tempo, pois o discurso sobre o corpo está vinculado ao modo de ser da própria história. Para uma correta apreensão da imagem ideal de corpo, como veículo de comunicação, haveríamos de considerar as interpretações de fatos históricos, ao longo de um processo de organização social determinado pelas formas de produção econômica e pela industrialização, que alicerçaram nossa sociedade capitalista.

Tal empreitada não será possível em tão curto espaço de tempo, mas o que por ora nos interessa, é nos deter na investigação do ideal de corpo como protótipo da representação visual que foi sendo construído e divulgado como padrão de beleza e apresentado com espetáculo para ser visto.

É a vitória da aparência que questiona Borges (2008, p. 25).

Quando olhamos para alguém, os símbolos instalados no corpo constituem a tela de captura do olhar, mobilizando-o, irrigando-o a partir de sua raiz inconsciente. Toda essa realidade sensível ou esse véu simbólico confere sentido ao corpo já naturalmente marcado pelo sexo, e aos objetos que nele se imantam, como roupas, sapatos, acessórios, etc.

O olhar se detém no corpo na sua função de “duplo”. Por um lado, o corpo é concreto, objetivo, com suas formas, sua biologia, seus alcances e limitações; por outro, o corpo é simbólico: representa um capital, tem um valor erótico e é suporte

Linguagens e complexidades na atualidade

de idealizações contínuas, por isso duplo. Assim explica Goldenberg (2008, p.15):

No Brasil o corpo é um capital. Além de um capital físico, o corpo é um capital simbólico, um capital econômico e um capital social. Desde que seja um corpo sexy, jovem, magro e em boa forma, que caracteriza como superior aquele ou aquela que o possui, conquistado por meio de muito investimento financeiro, trabalho e sacrifício.

O que diferencia um corpo de outro constituído como capital é a presença ou ausência de símbolos de poder, visibilizados por roupas da moda, pelas exuberâncias das joias, pela extravagância dos adereços e por próteses e cirurgias plásticas e pela negação dos sinais do tempo dentre outros.

As tendências de moda, estilo, maquiagem e vestuário são veiculados por mulheres de prestígio (modelos, atrizes, cantoras e apresentadoras de televisão) que aparecem na mídia tendo o corpo como seu principal capital. Essas indicam o que se deve usar, possuir ou mesmo desejar.

Os corpos que têm sucesso representam socialmente modelos identificatórios (poder, reconhecimento social ou artístico) e servem como pontos de partida para as imitações como afirma Mauss (1974):

É por meio da “imitação prestigiosa” que os indivíduos de cada cultura constroem seus corpos e comportamentos. O conjunto de hábitos, costumes, crenças e tradições que caracterizam uma cultura também se refere ao corpo. Há uma construção cultural do corpo, com uma valorização de certos atributos e comportamentos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. [...] Os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que tem prestígio na cultura. (MAUSS, 1974, apud Goldenberg, 2008, p.17)

Então a mídia dissemina e reproduz o que é desejável, diferenciado e como dito anteriormente, a maioria dos sujeitos vivenciam uma distância entre o corpo que possuem e o corpo veiculado pela mídia que proclama um ideal a ser desejado. Nesse hiato encontra lugar a idealização. Idealizar é uma forma de redefinir mentalmente situações frustrantes, mesmo que as formas substitutivas não correspondam à realidade.

A fantasia de um corpo idealizado é uma defesa para redefinir a frustração de não o ter. Nessa idealização, projetam-

Linguagens e complexidades na atualidade

-se a transformações corpóreas pelo sacrifício, pelo esforço (dietas, exercícios físicos intensos) ou pelas mudanças promovidas pelas intervenções cirúrgicas. Assim, entre o modelo real (aparência física) e o modelo idealizado (boa forma) existe um sentimento de inadequação. Este aspecto idealizado que se apoia nas formas, medidas e idade do corpo, também se traduz no erotismo esperado.

Contextualizando essas reflexões à luz dos veículos publicitários, destacamos que as mídias contribuem para reforçar algumas permanências subjetivas, que se construíram ao longo do tempo no imaginário coletivo a respeito da idealização de um corpo. Em Borges (2008, p. 24), esse argumento se expressa de uma forma extremamente lúcida: “Em nosso tempo o erotismo dos corpos é ostentado pelas revistas da indústria do sexo. Nelas impera a ideia de um corpo feliz, sexualmente potente e imune à angústia e ao sofrimento”. O autor continua: “[...] As imagens veiculadas pela publicidade são corpos triunfantes porque tomaram para si o lugar simbólico de Eros”. E finalmente Borges (2008) conclui: “[...]. A imagem do narcisismo atual criou uma nova mitologia: a de um corpo que traz em si mesmo a marca e a razão de uma potência e arrebanhou para si o poder do erotismo que só faz sentido como vitrine do próprio exibicionismo”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do que foi exposto, pode-se perceber o quanto o mito é atemporal e recriador por meio do mito de Prometeu, em uma análise dialógica, a partir das obras Teogonia e Os trabalhos e os dias, de Hesíodo, e em uma transposição por Mary Shelley. Victor, em Frankenstein: o Prometeu Moderno, ao tentar criar um ente perfeito e desvendar os segredos da vida, desafiou a própria lei divina, e como um demiurgo acabou por criar um monstro à sua imagem. Por fim, decidiu exterminar a criatura, por estar convencido de que a própria natureza representava um poder maior do que aquele que pensara ter quando criara o monstro. Assim, passou a viver em busca da criatura, tentando vingar-se dos crimes cometidos por ela contra os seus familiares. Entretanto, o ser monstruoso não era totalmente mau, seu comportamento violento era fruto do que a sociedade e o seu próprio criador lhe ofereceram. No mito original, Prometeu rouba o fogo sagrado dos deuses para beneficiar a humanidade; mas nunca se beneficiou dela, pois é o benfeitor. Entretanto Victor deu vida a uma criatura para se beneficiar, atendendo às suas vaidades a fim de se mostrar capaz de poder aprimorar a humanidade e, por fim, receber o reconhecimento por seu grande feito. Victor não é o herói que rouba o fogo sagrado pela humanidade, mas sua curiosidade científica levou-o à loucura e à desgraça.

Como nossa proposta foi ligar a publicidade e a literatura, podemos dizer que, ecoam, nas páginas da história da li-

Linguagens e complexidades na atualidade

teratura, como expedientes discursivos, os valores da sociedade de consumo, expressos em personagens que presentificam os conflitos e as angústias que dramatizam a idealização do chamado corpo perfeito: um corpo saudável, magro e jovem, associado a um alto poder aquisitivo. Assim, as personagens Frankie Stein e Melody Carver comprovam quanto o mito é metamorfoseante pela História e quanto o mito de Prometeu pode ser lido, sob a ótica de uma sociedade de consumo. Em suma, esses argumentos, considerados expedientes discursivos, levam-nos a ampliar a perspectiva a respeito do corpo e de sua relação com o consumo, a ponto de provocar o diálogo acadêmico para novas investigações.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W. , HORKHEIMER, M. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: A Dialética do Esclarecimento. Tradução de César Bloom. Rio de Janeiro: Zahar, 1985 [1969]
- BORGES, Augusto Contador. Corpos que excedem. In: Revista Mente e Cérebro. Corpos feitos de desejo. Vol no. 2/ ISSN 978-85-99535-76-9. São Paulo, Ediouro, Duetto, 2008.
- BÍBLIA. Tradução Ecumênica. 5ª. ed. São Paulo : Edições Loyola, 1997.
- BRUNEL, Pierre. (org.) Dicionário de mitos literários. Tradução de Carlos Sussekund et alii. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.
- CARVALHO, Nelly De. Publicidade : a linguagem da sedução. 3. ed. São Paulo: Ática, 2001.
- FIGUEIREDO, Celso. A última impressão é a que fica. São Paulo: Thomson, 2007.
- HARRISON, Lisi. Monster High. São Paulo: Editora Salamandra, 2010.
- HESÍODO. Os trabalhos e os dias. Tradução de Mary de Camargo Neves Lafer. São Paulo: Biblioteca Pólen, Iluminuras, 1991.
- _____. Teogonia. Estudo e Tradução de Jaa Torrano. São Paulo: Editora Pólen.
- LAGNEAU, Gérard. A caça ao tesouro. Prolegômenos a uma análise racional da linguagem publicitária. In: Diversos. Os mitos da publicidade/ Joachim Marcus-Steiff; tradução de Hilton Ferreira Japiassu Petropolis: Vozes, 1974.
- MAARCUS-STEIFF, Joachim.Os mitos da publicidade; tradução de Hilton Ferreira Japiassu Petropolis: Vozes, 1974.
- MALANGA, Eugênio. Publicidade: uma introdução. 3.ed. São Paulo: Atlas, 1979.
- MAFFESOLI, Michel. No fundo das aparências. Tradução de Bertha Halpern Gurovitz, 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- MARTINS, Zeca. Propaganda é isso aí. 1.ed. São Paulo: Futura, 1999.
- MAUSS, Marcel. Sociologia e antropologia. São Paulo: EPU, 1974.
- McLUHAN, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1979.
- MEZAN, Renato. Interfaces da Psicanálise . São Paulo: Companhia das Letras, 2002.
- SHELLEY, Mary. Frankenstein. São Paulo: Ática, 1998.

Linguagens e complexidades na atualidade

<http://www.youtube.com/watch?v=oQptFUJas74>

http://www.skoob.com.br/livro/134151-monster_high



**Linguagem
Identidade
Sociedade**



Estudios sobre a Mídia

RESUMO

Propomos um estudo de duas linguagens que perpassam o cotidiano contemporâneo: a dos quadrinhos e a das séries televisivas. Em nosso recorte, Fábulas e Once Upon a Time – respectivamente quadrinho e série – trabalham com um universo ficcional que converge tematicamente: ambas narrativas se desdobram intercalando entre o Reino Encantado e o Mundo Real. Fazem uso de inúmeras referências que compõem o imaginário de contos de fada, ao mesmo tempo em que operam uma transposição para o contexto real e atual. Nessa direção, da perspectiva desses dois produtos simbólicos, a discussão no pano de fundo é a sociedade contemporânea: um contexto que nem sempre tem sentido e em que muitos sujeitos recorrem a histórias de reinos encantados para com ele lidar. Numa realidade de identidades fragmentadas e efêmeras, a análise de narrativas atuais que resgatem com novo olhar âncoras tradicionais do passado podem dar pistas para entender o contexto sociohistórico contemporâneo, e seus atores sociais.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO; ANÁLISE DE DISCURSO; LINGUAGEM; TELEFICÇÃO; HISTÓRIA EM QUADRINHOS.

Nossos escritos são uma tentativa de fazer dialogar dois produtos simbólicos, com suas linguagens, propostas de fruição e elementos estéticos distintos: uma história em quadrinhos e uma série televisiva. Em verdade, tal proposta de refle-

⁷ Trabalho apresentado à sessão “Linguagens, cultura e contemporaneidade” do I Congresso Linguagem, Identidade e Sociedade: estudos sobre as mídias.

⁸ Doutoranda em Ciências da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP). Mestre em Comunicação e Práticas de Consumo, pela Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-SP). Graduada em Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, pela Universidade Regional de Blumenau (FURB). Atualmente docente da Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM). E-mail: fernanda.budag@gmail.com.

Com roteiros de Bill Willingham, *Fábulas* opera em sua narrativa uma mescla entre os mundos real e encantado semelhante à trabalhada em *Once Upon a Time*, com as devidas particularidades, como a grande diferença de que na série em quadrinhos os personagens têm total consciência de que são fábulas, ao contrário do que ocorre na série televisiva, em que

10 WIKIPÉDIA. *Fábulas* (DC Comics). Disponível em: < [http://pt.wikipedia.org/wiki/Fábulas_\(DC_Comics\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Fábulas_(DC_Comics)) >. Acesso em: 11 nov. 2013.

Linguagens e complexidades na atualidade

os personagens não têm essa memória. Personagens de contos de fadas foram expulsos do reino da fantasia (“terras natais”) por um ser chamado de O Adversário. Os personagens – ou fábulas como são denominados – com feições humanas e/ou com dinheiro (para comprar feitiços de ocultação das bruxas e ganhar aparência humana) vivem em Nova York convivendo com os humanos mundanos, numa localidade conhecida por “Comunidade das Fábulas”. Já animais e demais seres moram na “Fazenda”, ao norte do Estado. Entre os personagens principais, destacam-se conhecidos como Branca de Neve, Príncipe Encantado, Lobo Mau, João do Pé-de-Feijão e Garoto Azul. Branca de Neve é uma executiva que cuida da vida dos personagens exilados e Lobo Mau é o xerife da comunidade. A história inicia com um suposto crime ocorrido no apartamento de Rosa Vermelha, irmã de Branca de Neve. E se desenrola, especialmente, com o foco na reconquista da Terra Natal.

Para o presente artigo, adotamos como corpus de análise da série televisiva uma amostra¹¹ de cinco capítulos da primeira temporada (episódios 1, 6, 11, 16 e 22). E, com base nesse procedimento de amostragem, de Fábulas, por sua vez, selecionamos também cinco edições (ou capítulos), entre as 18 primeiras (proporcional aos 22 episódios da série televisiva), quais sejam: capítulos 1, 5, 9, 14 e 18.

Além de nossos objetos descritos, vemos atualmente muitas produções no cinema trabalhando explicitamente com esse universo fantástico (implicitamente, claro, todas as produções têm sua matriz nesse repertório) e propondo releituras dele. Espelho, espelho meu, A garota da capa vermelha, Branca de Neve (espanhol, 2013) e João e Maria: caçadores de bruxas são alguns exemplos mais recentes. Evidenciamos então nossa hipótese de trabalho; hipótese que se configura mais, em verdade, como um gatilho, uma pista que chamou nossa atenção e nos moveu em direção à pesquisa: uma vez que têm sido recorrentes essas recriações de obras preexistentes, de contos maravilhosos parece-nos que elas acabam funcionando como um porto seguro para os atuais sujeitos que vivem na contemporaneidade, cujo passado foi “destruído” nos anos 1990¹², aspecto situado por Hobsbawm (1995) ao analisar o “Breve Século XX” e elencar as diferenças do seu final (1991) em relação ao seu início (1914). Hipótese que é ao mesmo tempo também justificativa. Numa realidade de identidades fragmentadas e efêmeras, a análise de narrativas atuais que resgatam com novo olhar âncoras tradicionais do passado podem dar pistas para entender o contexto sociohistórico contemporâneo, e seus atores sociais.

11 Tomamos como referência aqui o método de amostragem conhecido por “semana composta” empregado por Wimmer e Dominik (WIMMER, Roger D. e DOMINIK, Joseph R. Mass media research. 2a. ed. Belmont (Calif.): Wadsworth Publishing, 1987), que propõe que, por exemplo, para montar uma amostra de edições de um jornal para uma pesquisa dentro de um determinado período de tempo, construa-se uma semana completa a partir da seleção estratificada de semanas do mês e dias da semana: sortear uma segunda-feira entre as segundas-feiras do mês, uma terça-feira entre as terças-feiras do mês seguinte, e assim por diante.

12 “No fim deste século [XX], pela primeira vez, tornou-se possível ver como pode ser um mundo em que o passado, inclusive o passado no presente, perdeu seu papel, em que velhos mapas e cartas que guiavam os seres humanos pela vida individual e coletiva não mais representam a paisagem qual nos movemos, o mar em que navegamos. Em que não sabemos aonde nos leva, ou mesmo aonde deve levar-nos, nossa viagem.” (HOBBSAWM, 1995, p. 25)



Linguagens e complexidades na atualidade

LINGUAGEM DOS QUADRINHOS E DA TELEFICÇÃO: ANÁLISE DE FÁBULAS E ONCE UPON A TIME

Agora, considerando que toda narrativa é guiada por seus personagens, propomos uma leitura analítica de Fábulas e de Once Upon a Time a partir da análise dos seus protagonistas.

Em Fábulas, o Lobo Mau, xerife, mostra-se revestido por um mix de estereótipo de detetive com estereótipo de bad boy: vestindo sobretudo (típico dos detetives fílmicos), usa cabelo desalinhado e barba por fazer; é dono da razão, mas conserva certa sensibilidade para galantear a mocinha, Branca de Neve. Esta, por sua vez, agora não é mais a frágil e ingênua princesa que se deixou enganar pela Rainha Má sendo envenenada por uma maçã, como a conhecemos pela versão do conto original que se popularizou entre nós. Agora ela, divorciada do Príncipe Encantado, parece-nos resumir-se a uma executiva determinada e fria. Diretora de Operações da Cidade das Fábulas, é intensamente dedicada ao trabalho e extremamente profissional. Ao menos parece querer passar essa imagem. Ao mesmo tempo, seria como se portasse uma armadura imaginária contra o amor, não se entregando aos galanteios do Lobo Mau – ao menos no corpus analisado.

Já em Once Upon a Time, vamos começar analisando Emma Swan, que é evidentemente uma personagem principal da trama. Emma, como sinalizamos no início, é a personagem que tem o poder de quebrar a maldição – por isso sua importância como um dos personagens principais. É uma jovem que foi abandonada pelos pais quando criança. Aos 18 anos, engravida de Henry e o dá para adoção. Ou seja, sua vida não tem sido fácil. Antes de ir para Storybrooke, mora em Boston. Somado ao fato de não ter familiares próximos, ainda vive numa grande cidade (quase 6 milhões de habitantes) e, visivelmente, sente-se sozinha – o que deixa transparecer no seu aniversário de 28 anos. Mas é também – talvez justamente pelas dificuldades enfrentadas em sua trajetória –, perceptivelmente, uma mulher extremamente forte. Trabalha como agente de fiança (“caçadora de recompensas”) em Boston e, depois, em Storybooke, assume a posição de xerife da cidade. Atividades profissionais que exigem pessoas firmes, portanto. Ou seja, Emma foge do estereótipo de princesa, delicada. Pelo contrário, é corajosa e determinada, como se vê em sua busca obsessiva pela verdade, pela quebra da maldição. Mulher de seu tempo – contemporâneo –, toma suas próprias decisões, a começar pela deliberação em doar seu bebê.

Continuando no universo de Once Upon a Time, selecionamos para análise o personagem Henry Mills (filho que Emma deu para doação, que foi adotado por Regina Mills, prefeita da cidade) porque, ao lado de Emma, é o único de Storybrooke que conhece sobre a maldição. Ou melhor é ele que, por meio de um livro que ganha de sua professora, toma conhecimento da história, identifica a maldição e vai atrás de Emma para convencê-la a ajudá-lo. Sua mãe adotiva, Regina Mills, a Rainha

Linguagens e complexidades na atualidade

Má no Reino Encantado, obviamente sabe da maldição – que ela mesma criou –, mas não seria uma aliada de Henry. Pelo contrário, notando que Henry está na pista certa, repreende-o por sua suposta rebeldia e imaginação. Enfim, esse personagem tem 11 anos e é um crente incurável: acredita na maldição, acredita em sua quebra e, portanto, alimenta esperanças por dias mais felizes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como pretendíamos, fizemos dialogar história em quadrinhos e série ficcional televisiva – ilustradas respectivamente por Fábulas e Once Upon a Time –; domínios distintos, linguagens independentes, que perpassam a contemporaneidade.

E uma vez que nossos supracitados objetos de estudo trabalham com temáticas que se avizinham – o substrato de ambas é o universo maravilhoso dos contos de fadas –, analisando seus discursos implícitos, concretizados no perfil de seus protagonistas, manifestamos que, em sua totalidade, são personagens fortes, a julgar por suas profissões (Lobo Mau, Branca de Neve e Emma Swan) e pela adoção de uma postura determinada na direção do que almejam (Henry Mills). Destacamos as personagens fortes femininas, que fogem do reforço a estereótipos. No caso, passam longe do estereótipo de princesas, frágeis e delicadas, em busca de seus príncipes encantados. Na sentido oposto, são figuras firmes, que lutam, cada qual, por ideais maiores (liderar a Cidade das Fábulas, nos quadrinhos, e quebrar a maldição, na televisão). Na tentativa de respondermos a nossa hipótese – mesmo que tenha desempenhado muito mais um papel de despertador para a pesquisa e não propriamente uma hipótese –, podemos inferir que essas personagens são desenhadas como sujeitos firmes e valentes justamente porque adotam essas personalidades como seus escudos contra as inseguranças desses “Mundos Reais” ameaçadores, que exigem novos modos de conduzirmos nossas vidas. Como já situava Hall ao final dos anos 1990, mas que ainda parece atual:

Um tipo diferente de mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do século XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos

WIMMER, Roger D. e DOMINIK, Joseph R. Mass media research. 2a. ed. Belmont (Calif.): Wadsworth Publishing, 1987.

RESUMO

É indiscutível o papel relevante que a China exercerá no mundo, sobretudo no campo econômico, disputando a liderança mundial com os EUA, mudando o eixo hegemônico político-econômico e cultural que o Ocidente exerceu sobre as nações do planeta nos dois últimos séculos. A China é o maior parceiro comercial do Brasil, no entanto, a distância geográfica e cultural que separa os dois países faz com que a imagem da “China” construída na mente dos brasileiros tenha como fonte somente a mídia e os produtos culturais. E a imagem que as pessoas têm sobre a maior parte das coisas é construída com informações obtidas nos meios de comunicação e produtos culturais. Poucos brasileiros têm contato direto com elementos que possam comunicar a identidade chinesa de modo mais objetivo, por isso a percepção que se tem da China é uma imagem formada pela interação da somatória de experiências, encontros sociais e informações que as pessoas obtiveram, sobretudo através – senão exclusivamente – da mídia. Tal terreno para construção da percepção simbólica é extremamente sujeito a distorções, estereótipos e preconceitos. Este texto traz reflexões sobre esse tema.

PALAVRAS-CHAVE: IDENTIDADE. IMAGEM. CHINA. MÍDIA. BRASILEIROS.

ABSTRACT

It's worth while to point out the relevant role that China will assume in the world, above all in the economical area. There is a prospection of a worldwide dispute with the United States of America,

Mas partir do processo de abertura econômica da China iniciada por Deng Xiaoping em 1976, um processo de desenvolvimento alçou a RPC à condição de superpotência econômica em apenas três décadas. Hoje ela é a maior parceira comercial do Brasil, não obstante a grande distância geográfica e cultural que separa os dois países. Poucos brasileiros tiveram oportu-

Linguagens e complexidades na atualidade

nidade de ter um contato mais direto com elementos que possam comunicar a identidade chinesa, por isso sustenta-se a tese de que a percepção que os brasileiros têm da China e dos chineses é uma construção formada a partir de informações que as pessoas obtiveram, basicamente, através da mídia e do consumo de produtos culturais, como filmes e livros. Tal terreno para construção da percepção simbólica é extremamente sujeito a distorções, estereótipos e preconceitos. A China, num passado recente, já teve sua imagem associada ao coletivismo de Mao Tsé-Tung, a produtos pirateados de baixa qualidade, a filmes de artes marciais de baixo orçamento e a exóticas paisagens rurais e povos com costumes milenares. Atualmente a imagem desse país continua sendo construída principalmente através de filmes, documentários e noticiários veiculados pelos meios de comunicação, com destaque às novas TIC's, como os dispositivos conectados à Internet.

IDENTIDADE E IMAGEM

De acordo com a teoria da comunicação institucional de Gaudêncio Torquato Rego, a "imagem é sombra da identidade" (p. 115, 1986), é aquilo que as pessoas percebem a partir da projeção da identidade de uma empresa. A identidade é uma construção elaborada por uma somatória de elementos objetivos e concretos como as instalações, pessoas, filosofia, valores, sistemas etc. É a partir dela que uma instituição pode se definir como um ator social. Manuel Castells discorre sobre a identidade de grupos e povos como um dos aspectos mais importantes no contexto da globalização e interconectividade da sociedade (2000). A imagem não é necessariamente falsa, é uma projeção de uma identidade construída. Extrapolando esse conceito para uma nação, a imagem da China seria uma sombra de sua identidade. A construção de imagem é um processo natural, complexo e muitas vezes, subjetivo, uma vez que ela é intermediada por meios de comunicação. As pessoas interpretam as mensagens emitidas por uma instituição (ou sobre ela) através da mídia, estas são interpretadas segundo suas experiências pessoais, o que, de certa forma, personaliza as imagens formadas por cada indivíduo, mesmo que expostos às mesmas fontes de informação.

A construção da imagem da China e dos chineses no Brasil, através do contato pessoal com os elementos da cultura (comunidade chinesa, culinária, espetáculos, língua) é ínfimo, devido à distribuição geográfica dos imigrantes chineses restrito à região Sudeste, sobretudo, estado de São Paulo, notadamente a capital. A trajetória da imigração chinesa no Brasil é antiga. Eles foram um dos primeiros povos a imigrar ao Brasil, chegando aqui em 1812, vindos do sul da China para plantar chá nas propriedades da família imperial no Rio de Janeiro. O elo de ligação entre os dois países era Portugal, que mantinha na época colonial uma concessão no sul da China: Macau. O empreendimento não deu certo, os cerca desses trezentos chi-

[illegible]

Se, por um lado [...] (o brasileiro teve) contato direto com pessoas e objetos de culturas estrangeiras, numa primeira instância (povos indígenas, africanos, italianos, espanhóis, franceses, alemães, estadunidenses, libaneses e japoneses, entre outros) [...] por outro, houve uma segunda forma de “contato cultural” — a midiática — [...]. Através da interação social entre as comunidades nikkeis e brasileiras, os japoneses do Brasil foram se “abrasileirando”, e a cultura local foi absorvendo hábitos culturais japoneses (praticar judô, fazer origami, submeter-se a tratamento de acupuntura, comprar ingredientes japoneses e servir-se da sua culinária), incorporando inclusive o vocabulário. (UTSUNOMIYA e ROSA, 2011)

Há uma nova imagem da China sendo difundida pela indústria do entretenimento, através de superproduções de Hollywood com filmes como “O tigre e o dragão” (2000), “Kung Fu Panda” (2008), Karatê Kid (2010) e “Kung Fu Panda 2” (2011), além de diversas outras produções realizadas pela China e financiadas pelo governo, num esforço de aproximação da China com os valores ocidentais. Mas a mídia – particularmente a imprensa – é a maior responsável por ajudar a construir uma imagem da China na mente dos brasileiros, por veicular notícias diariamente sobre o gigante oriental.

A IMAGEM CONSTRUÍDA PELA MÍDIA: UM ESTUDO DE UM VEÍCULO DA MÍDIA ON LINE

Uma pesquisa realizada pelo grupo de pesquisa “Comunicação, Cognição e Contextos”, em parceria com a Universidade de Macau (China) gerou dois relatórios de PIVIC (REIS e SCHMIDT, 2013; UTSUNOMIYA e MARTINS, 2013) no período de 2012/2013 e trouxe algumas contribuições para a compreensão do papel da mídia na construção da imagem da China na mente dos brasileiros. O estudo foi baseado na mídia on line, monitorando-se os títulos das chamadas de notícias veiculados diariamente no portal UOL — o site de notícias mais acessado do Brasil — durante dois meses (novembro de 2012 e março de 2013). Considerou-se que o tema da notícia a ser veiculada, dentre uma infinidade de possibilidades, é definida em última instância pelo editor (teoria do gatekeeper e da agenda-setting, de Kurt Lewin e Maxwell McCombs, respectivamente cf. PAIVA, 2008) que, na imprensa livre, norteia-se pelo critério de relevância para o público alvo. As matérias foram analisadas apenas pelo título e classificadas em três categorias: “economia”, “política” (interna e externa) e “outros” (cultura, artes, esporte, marketing, acidentes etc.). Foram feitas análises qualitativas (quanto ao sentido da notícia) dos títulos e dado um tratamento quantitativo posteriormente. Levantou-se a frequência e a recorrência de uma forma de abordagem dos temas, estabelecendo-se a relevância atribuída ao assunto no dado segmento.

A partir da análise dos títulos das matérias sobre economia na China veiculada pelo site Uol foram identificados alguns elementos que ajudam a compor uma imagem da China, segundo a perspectiva econômica. Pode-se concluir na pesquisa que: A China é um protagonista econômico global importante; o Brasil depende da China para absorver a produção de commodities e a China desperta interesse das grandes marcas internacionais, que estão investindo continuamente no país. Dessa forma reforça-se a noção de que o país é um gigante econômico em constante desenvolvimento.

Analisando-se os títulos das notícias sobre política interna da China, percebe-se que há uma tendência explícita crítica em apontar a violação de direitos humanos e de liberdades individuais e em fazer a exposição de conflitos sociais internos, fruto da insatisfação de setores da sociedade. Ajuda-se a construir uma imagem de um país fechado e autoritário. No campo da política internacional os títulos das notícias evidenciam a importância que o país tem no panorama mundial sendo já tratado pelo Brasil como uma potência mundial.

Já nas notícias de cunho geral que envolvem acontecimentos como desastres, curiosidades, esportes, artes, tecnologia, entretenimento e outros também são abordados com destaque que se dá a um país protagonista no cenário mundial, como EUA, França, Inglaterra e Japão. O exotismo e o sensacionalismo não é praxe na imprensa, pelo menos no site do UOL.

A China e o Brasil terão grandes oportunidades comerciais para exercerem em conjunto em seus próprios países e no mundo. Trocas culturais acontecerão inevitavelmente nesse processo de interação, que ainda se encontra em fase inicial e

Linguagens e complexidades na atualidade

que poderão ser muito promissoras para o desenvolvimento de cada um dos países.

A compreensão do processo construção da imagem sobre a China no Brasil através da mídia conduz à reflexão na busca de construção de uma imagem mais isenta de estereótipos e preconceitos a fim de facilitar relacionamentos atuais e futuros em prol do bem comum das duas culturas.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALEGRETTI, Fernanda e RANGEL, Carolina. Brasil para todos. Veja, São Paulo: Editora Abril, edição 2318, ano 46, nº 17, pp. 100-108, 24/04/2013.
- CANCLINI, Néstor García. Diferentes, desiguais e desconectados: mapas da interculturalidade. – 2 ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2007.
- CASTELLS, Manuel. O poder da identidade. 2.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- HALL, Stuart. Da Diáspora: identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.
- PAIVA, Cecília Soares de. As hipóteses do Gatekeeper e do agenda-setting interligadas ao fluxo da informação midiática e ética cidadã. Celacom 2009: XIII Colóquio Internacional sobre a Escola Latino-americana de Comunicação 2009.
- REGO, Francisco Gaudêncio Torquato. Comunicação Empresarial, Comunicação Institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estrutura, planejamento e técnicas. São Paulo: Summus, 1986.
- REIS, Mariza de Fátima e SCHIMIDT, Anna Carolina R. Estudo sobre construção da imagem da China e da imagem do Brasil a partir de artigos veiculados em mídia on line. Relatório final de projeto apoiado pelo PIVIC Mackenzie/2012-2013 e desenvolvido em parceria com a Universidade de Macau. São Paulo, 2013.
- SHU Chang-Sheng. Chineses no Rio de Janeiro. Leituras da História, São Paulo: Editora Escala, Edição 17, pp. 44-46, 2009.
- UTSUNOMIYA, Fred I. e ROSA, Edison Mendes de. Cultura e mídia: incorporação de vocábulos e neologismos de origem japonesa no português brasileiro. Texto publicado nos anais do II SIMELP — Simpósio Mundial de Estudos de Língua Portuguesa. Macau, 2011.
- UTSUNOMIYA, Fred I. e MARTINS, Erick Santos. Estudo sobre construção da imagem da China e da Imagem do Brasil a partir de artigos de economia veiculados em mídia on line. Relatório final de projeto apoiado pelo PIVIC Mackenzie/2012-2013 e desenvolvido em parceria com a Universidade de Macau. São Paulo, 2013.

REPRESENTAÇÕES DA MULHER CONTEMPORÂNEA E O OLHAR PSICANALÍTICO: ENSAIO SOBRE O FILME "O DIÁRIO DE BRIDGET JONES"

Lilian de Oliveira Ayala¹³ | Lideli Crepaldi¹⁴

FASES DO DESENVOLVIMENTO E MECANISMOS DE DEFESA

Produzido em 2001, o filme britânico - estrelado pela atriz norte-americana Renée Zellweger e pelos atores ingleses Colin Firth e Hugh Grant – conta a história de Bridget Jones, uma mulher de 32 anos que, como resolução de Ano Novo, resolve escrever um diário para ajudá-la a superar seus vícios: comer demais, fumar demais, beber demais e gostar de homens problemáticos. A protagonista resolve que chegou a hora de ter o controle de sua própria vida. O diário é repleto de insegurança, histérico, engraçado e erótico e conta os apuros vividos pela anti-heroína no cotidiano. É uma personagem extremamente insegura e atrapalhada consigo mesma, que tem na bebida, na comida, no cigarro e no falar compulsivamente seus fiéis aliados, o que demonstra uma fixação na fase oral.

Primeira fase da evolução libidinal, a fase oral refere-se ao primeiro ano de vida, quando o prazer sexual está predominantemente ligado à excitação da cavidade bucal e dos lábios durante a alimentação. A atividade de nutrição fornece as significações eletivas pelas quais se exprime e se organiza a relação de objeto: a relação de amor com a mãe, por exemplo, será marcada pelas significações de comer. Freud (1994) acreditava que o desmame psicológico é tarefa árdua e, em alguns casos, nunca acontece totalmente. O sujeito fixado nessa fase poderá apresentar vícios orais como fumar demais, comer, usar drogas, beber, falar em demasia. As dificuldades e distúrbios na fase oral trouxeram para Jones problemas alimentares e ví-

¹³ Docente na Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação (FAPCOM) e na Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS)

¹⁴ Docente na Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), no Centro Universitário Fundação Santo André (FSA) e no Instituto Mauá de Tecnologia

[illegible]

Bridget inicia a narrativa contando sobre a festa de fim de ano de sua mãe (que, mais uma vez, apresentou-lhe um pretendente, agora um homem que usava uma blusa com um alce na estampa e que será seu grande príncipe no futuro - Mark Darcy) e de sua decisão de escrever um diário. Darcy é considerado pelas inglesas o típico homem perfeito: honrado, inteligente, bonito e rico.

Chegando em casa após a festa de fim de ano, a protagonista bebe, fuma e come de forma desmedida, utilizando-se assim do mecanismo de compensação para aplacar suas frustrações e insatisfações. Bridget então ouve a música All by myself, por meio da qual utiliza o mecanismo de identificação e projeção, uma vez que se identifica com a personagem da canção que, assim como ela, não quer mais ficar completamente sozinha. Jones também projeta na personagem da música a solidão que não aceita em si e solta seu id dançando e cantando. Para curar os males de Bridget, só há uma solução: encontrar o homem perfeito, já que sua autossatisfação só se dará quando encontrar o homem ideal.

Segundo Freud (1994), sob pressão excessiva dos impulsos e desejos inconscientes, como frustrações, inveja, ódio etc., o ego adota medidas extremas para aliviar a tensão ou culpa, chamadas de mecanismos de defesa. São formas simbólicas e fantasiosas de resolver os conflitos psicológicos e reduzir a ansiedade. O ego encontra formas substitutivas de agir e pensar, desloca energia, transfere interesse de um objeto para outro a fim de satisfazer o id frustrado e o superego moralizador. Quando a personagem come, bebe e fuma de forma excessiva, ela utiliza a compensação, cuja finalidade é suprir as carências psicológicas.

Na cena da música All by myself, vê-se o mecanismo de identificação, que é a associação de uma representação mental com a realidade física; daquilo que está na mente com aquilo que se encontra no mundo externo.

Novamente a personagem irá se frustrar com o universo masculino. Na editora em que trabalha, seu chefe é um conhecido garanhão para quem Bridget será mais uma conquista. Ao sentir-se atraída por ele, a personagem começa a usar roupas provocantes até conquistar Daniel Cleaver, o chefe. Jones utiliza-se do mecanismo de fuga na fantasia ao imaginar-se casando com Daniel. Freud (1994) observou as manifestações inconscientes, os simbolismos e as fantasias que marcam o comportamento humano.

Pelos parâmetros freudianos, torna-se difícil estabelecer o que é normalidade no comportamento do ser humano: para quase tudo há um motivo oculto. Esses mecanismos, desde que não exagerados, ajudam na adaptação do indivíduo aos seus

The word cloud features the following terms:

- Contemporary Art & Culture:** arte contemporânea, cultura contemporânea, atualidade, contemporaneidade, contemporâneos.
- Artistic Practices & Media:** artes visuais, artes plásticas, artes digitais, mídia digital, novas mídias, linguagens, poéticas, técnicas, práticas artísticas.
- Social & Cultural Context:** sociedade, cultura, identidade, cotidiano, diversidade, inclusão, participação social, cidadania, coletividade, comunidade, relações sociais.
- Conceptual & Analytical Terms:** complexidade, pluralidade, hibridismo, interdisciplinaridade, transdisciplinaridade, diálogo, interação, conexão, rede, fluxo, movimento, transformação, evolução, inovação, experimentação, pesquisa, reflexão, crítica, análise, interpretação, leitura, recepção, circulação, difusão, acesso, democratização, acessibilidade, universalidade, transversalidade, intersetorialidade, multidisciplinaridade, pluridisciplinaridade, interdisciplinaridade, transdisciplinaridade.

Bridget utiliza-se do mecanismo de identificação com o pai, pois se sente tão solitária quanto ele, que foi abandonado pela mãe de Bridget. Já a protagonista demonstra o Complexo de Édipo na sua forma feminina (Complexo de Electra), pois, quando o pai está sozinho, a filha vai e substitui o lugar da mãe. Freud esclareceu a questão:

**Linguagem
Identidade
Sociedade**
Estudos sobre a Mídia



Linguagens e complexidades na atualidade

A partir do complexo de Édipo surge a internalização das regras sociais e, conseqüentemente, a aquisição da cultura, se o pai original e a sociedade fornecerem segurança ao indivíduo. Dessa forma, interiormente, além de desejar Bridget, Daniel queria estar com a própria mãe.

MUDANÇAS

O grande momento de virada ocorre quando ela pega Daniel com outra. A mulher que estava com ele diz “Você disse que ela era magra”, o que reforça o complexo de inferioridade de Jones. Mais uma vez, ela compensa suas decepções na comida. Todavia, a situação muda para a personagem: ela escolhe não ser uma derrotada e começa a fazer ginástica compulsivamente (o que, de uma certa forma, também é mecanismo de compensação já que os exercícios são feitos com raiva e de maneira desordenada), larga os cigarros, a bebida e os livros depressivos de autoajuda. Compra livros otimistas e de como sobreviver sem os homens. Também larga seu emprego e será conhecida nacionalmente, primeiro pelos dotes físicos, depois pela ajuda de Mark Darcy ao fazer uma entrevista exclusiva. Neste momento, a figura de Mark Darcy, advogado de sucesso que usa as roupas dadas pela mãe, aparece como alternativa para Bridget.

Na festa de aniversário de Bridget, Darcy a ajuda a salvar o jantar para seus amigos. É interessante notar que até mesmo em situações de descontração os personagens se utilizam dos mecanismos de defesa, como na cena em que dizem que a sopa azul de Jones estava boa: na realidade, a sopa estava ruim, mas os amigos racionalizam para não magoá-la. Quando Daniel aparece na festa querendo reatar com Bridget, Mark chama-o para brigar, o que demonstra uma fase anal mal resolvida, que gera certa agressividade em ambos.

A fase anal corresponde, aproximadamente, ao segundo e terceiro ano de vida e é marcada por acentuado prazer na região anal e proximidades. Durante a fase anal, a criança ainda vive no universo egocêntrico do seu corpo, experimentando o mundo externo com dados sensitivos primários. Em todas as fases do desenvolvimento, acumulamos frustrações, que se convertem em agressividade expressa em atos de relevância, para a realização pessoal e social. Quando o indivíduo consegue vencer na vida por esforços próprios, sua energia destrutiva se despolariza e ele comporta-se adequadamente. Quando isso não acontece, a agressividade pode persistir, ora voltada para o próprio indivíduo em forma de masoquismo, ora voltada para o meio ambiente como sadismo. Isso depende da repressão que o superego exerce.

Para que o superego seja doentiamente repressor, é necessário que o treino tenha sido feito com base na ambivalência: dor, controle rígido e, depois, prazer e gratificação pela mortificação corporal. Um superego assim construído impede a

Linguagens e complexidades na atualidade



aparição da agressividade de forma direta, uma vez que esse comportamento causaria sentimento de culpa.

Ao perceber que seu verdadeiro companheiro seria Mark, Bridget se prepara para a noite perfeita. Porém, Mark lê em seu diário tudo o que Jones havia escrito quando não gostava dele. Mark sai e Bridget vai atrás, mesmo em trajes íntimos. Quando todos pensam que ele irá sumir, ela o encontra com um novo diário na mão, o que demonstra a fase de latência bem resolvida de Mark, já que não age por impulso, mas sim de forma adulta, comprando um novo diário que simboliza uma nova vida para Bridget Jones, tão sedenta por companhia, amor e autorrealização.

Na fase de latência, por volta dos cinco ou seis anos, a criança precisa resolver os conflitos ligados ao complexo de Édipo. São as experiências concretas e as sensações primitivas que devem dar lugar as formas mais abstratas e simbólicas, sublimadas no agir e pensar. Precisa transcender do físico ao psíquico, concorrendo para isso a melhor compreensão da linguagem e as novas formas de representar o mundo através de desenhos e imagens mentais. De acordo com Freud (1988):

Durante esse período de latência total ou apenas parcial erigem-se as forças anímicas que, mais tarde, surgirão como entraves no caminho da pulsão sexual e estreitarão seu curso à maneira de diques (o asco, o sentimento de vergonha, as exigências dos ideais estéticos e morais). Nas crianças civilizadas, tem-se a impressão de que a construção desses diques é obra da educação, e certamente a educação tem muito a ver com isso. (p.167)

A insegurança da criança provoca a necessidade de testar-se continuamente, em competições e em toscas tentativas de mostrar maturidade, inteligência e independência. Dessas tentativas surge um indivíduo confiante, forte e decidido ou um derrotado, confuso, lamuriante, chorão e sem autoestima. Se as iniciativas criticadas, desenvolvem-se formas de autoanulação. Esse tipo de postura será a diretriz comportamental na qual o sujeito repetirá as experiências infantis de obter atenção ou ser deixado em paz quando se anulava, obedecia, chorava e era submisso.

Na vida adulta, inconscientemente, busca o fracasso. A autocomiseração leva ao prazer da piedade alheia, é uma forma de obter atenção. O descrédito de si e a autopunição levam ao prazer da piedade alheia, são formas de obter atenção. O descrédito de si e a autopunição não são prazeres autênticos, mas geram sentimento de inferioridade, depressão e angústia. A crítica severa impede a produtividade e provoca a inibição. Pela falta de padrões individuais, na fase de latência ainda continua a tendência para as cópias e imitações de comportamentos de outras pessoas com as quais a criança se identifica,

Linguagens e complexidades na atualidade

motivo pelo qual urge que os pais favoreçam as ocasiões diversificadas para o desenvolvimento da criatividade individual, digam “não” às situações padronizadas e aos estereótipos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FREUD, Sigmund. Três ensaios sobre a teoria da sexualidade (1905). In: FREUD, Sigmund. Obras psicológicas completas Vol.7. 3.ed. Rio de Janeiro: Imago, 1988.

FREUD, Sigmund. Novas conferências introdutórias à psicanálise (1933). In: FREUD, Sigmund. Obras completas Vol.18. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

FREUD, Sigmund. Sobre a sexualidade feminina (1931). In: FREUD, Sigmund. Obras completas Vol.18. São Paulo: Cia das Letras, 2010.

LACAN, Jacques. A família. Lisboa: Assírio e Alvim, 1978.

LAPLANCHE, J. & PONTALIS, J. Vocabulário da Psicanálise. São Paulo: Martins Fontes, 2000.





RESUMO

Esta análise pretende apresentar os conceitos de Estética da Vertigem e Herança Simbólica que são usados para analisar as produções visuais e midiáticas de imagens produzidas na contemporaneidade pós-moderna, e compará-las às imagens do barroco, de modo a compreender as semelhanças e diferenças que sustentam o rompimento ou o retorno a determinados modos de expressar os conteúdos que povoam o campo sógnico dos sujeitos nos dois períodos. Parte-se do pressuposto de que, em ambos os casos, recorrem análogas ações plásticas, quais sejam, processos discursivos de busca de referências através de processos intertextuais, de que resultam efeitos de parodização e de dispersão do sentido a serem tomados como recorrentes e comuns.

PALAVRAS-CHAVE: BARROCO, PÓS-MODERNIDADE, CONSTANTE DA VERTIGEM, HERANÇA SIMBÓLICA, IMAGEM.

SUMMARY

This analysis seeks to present the concepts of aesthetics of Vertigo and Symbolic Heritage which are used to analyze the visual productions and media of images produced on post-modern contemporaneity, and compare them to images of Baroque, in order to understand the similarities and differen-

15 Doutor em Comunicação e Semiótica PUC/SP - Professor da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Linguagens e complexidades na atualidade



ces that underpin the breakup or the return to certain modes of expressing the content that populate the sign-laden field of subjects in both periods. It is assumed that, in both cases, use similar plastic, namely actions, discursive processes references search through intertextuais processes, resulting parodização purposes and dispersion of meaning to be taken as common and recurring.

KEY WORDS: BARROQUE; POST-MODERN, VERTIGO CONSTANT; SYMBOLIC HERITAGE; IMAGE

Para iniciar a jornada em busca de uma constante, uma herança simbólica entre as estratégias de criação das imagens contemporâneas, com as imagens dos séculos XVII e XVIII - o qual foi denominado de estilo barroco - serão analisadas as características da produção estética do período referido acima, para que se possa compreender as características de sua expressão visual e as principais reflexões que povoavam a mente dos artistas. Em primeiro lugar deve-se explicar os conceitos de herança simbólica e constante estética da vertigem.

Quando observa-se os painéis de azulejos assentados no claustro da Igreja de São Francisco em Salvador, nota-se que seu desenho não se parece com a arte barroca de tradição latina, ou ibérica. Essa observação acabou por incentivar a realização de um estudo sobre estes painéis que resultou no livro: A Herança Simbólica na Azulejaria Barroca (2012). Neste livro foi possível verificar essa suspeita, confirmando, através, principalmente, da pesquisa de Frei Pedro Sinzig (1933), que os desenhos representados naqueles painéis foram copiados das gravuras do livro *Theatro Moral de la Vida Humana y de Toda la Philosophia de los Antigos y Modernos* (1648) (SINZIG, 1933, p. 171), o qual fora copiado da obra do artista holandês Otto Van Veen, que por sua vez, buscou seus modelos nas referências imagéticas de sua época, como no livro *Iconologia* (1593) de Cesário Ripa (1555 - 1622) e nos diversos tratados alquímicos publicados, como a *Atalanta fugiens* de Michael Maier (1618), o *Viridarium chymicum* de D. Stolcius van Stolcenberg (1624), a *Hyeroglyphica* de Horapollo (séc. V), ou o *Mutus Liber* de Jacobus Sulat (1617).

Para exemplificar esse processo, observe o painel de azulejos do claustro de São Francisco denominado MORS ULTIMA LINEA RERUM EST. Dois elementos pretende-se destacar, as três formas icônicas do fundo e o cadáver cadavérico que está à frente. Se verificar estes elementos, aparecem, tanto nas gravuras apresentadas, como em outros painéis do próprio claustro. Ou seja, estas formas são discursos imagéticos recorrentes na expressão visual dessa época. Os três cones, na tradição hermética, representam os fornos alquímicos, os atanores e suas três queimas. Já o cadáver representa a putrefação, uma das fases do trabalho do iniciado na alquimia. Veja como estas imagens, em tempos diferentes, acabam por se influen-

Linguagens e complexidades na atualidade



ciar e compor as mais diversas representações: gravuras de livros, gravuras de tratados e painéis de azulejos. Provavelmente o gravador holandês Otto Van Veen sofreu diversas influências, até mesmo da alquimia, para compor as representações de suas gravuras, as quais acabariam por figurar em um claustro de uma igreja católica no Brasil. Esta era a rede de referências da criação das imagens na época. Essa verdadeira linguagem visual, ou esse léxico visual compunha um código de representações que eram citadas – e quero dizer citadas e não copiadas, pois esta visão da cópia como uma atitude negativa é mais recente – em diversas obras, havia esta rede de referências que serviam de influências nessa época, que ajudavam a compor as imagens dos artistas, entre os séculos XVI e XVIII.

Ou seja, por um processo de citação, de citação da citação, por uma série de intertextualidades, estas imagens acabaram sendo assentados no século XVIII e ilustrando uma edificação barroca, no Brasil, em Salvador, como foi dito. A análise deste processo, durante a pesquisa, foi denominada como herança simbólica – entendendo símbolo de acordo com a Semiótica de Charles Sanders Peirce, sendo um signo que representa um objeto a partir de uma lei.

Foi à partir desta reflexão que se iniciou a pesquisa A Herança Simbólica nos Azulejos do Claustro do Convento de São Francisco da Bahia, finalizada, em 2001 e agora, como citado anteriormente, publicada pela editora Mackenzie em 2012. Porém, além dessa publicação, essa observação inicial levou à uma segunda observação: que características estéticas típicas do século XVII e XVIII – principalmente relacionada às imagens criadas no maneirismo e no barroco, voltam a povoar, com grande intensidade, as estratégias de construção do discurso da imagem na contemporaneidade. Destas características pode-se destacar o uso constante da citação, o excesso decorativo, o rebuscamento, o grotesco, as construções labirínticas, os espelhamentos, a poética conceitual, entre outras. Dessa forma, concordando com Severo Sarduy (1987) e Omar Calabrese (1988), parece que características estéticas dessa época, não permaneceram restritas às classificações da história da arte. Elas acabam por serem resgatadas em outras épocas, e, atualmente, na contemporaneidade, estas estratégias retornam para a criação da imagem e seu discurso. Essa relação estética entre o passado barroco e o presente, onde pode-se perceber que algumas estratégias acabam por se tornarem duradouras, porém intermitentes, retornam e convergem em direção a um processo, principalmente, de rebuscamento, jogos de labirinto e citação. Por isso pretende-se entender este processo como outra constante estética.

Esta outra constante estética que se expressa através dos excessos, das contraposições, do rebuscamento, pensou-se, inicialmente, em se denominar como constante barroca – para se contrapor ao que considera-se à primeira constante

Linguagens e complexidades na atualidade



estética, a beleza clássica. A beleza clássica se caracteriza por uma expressão mais racional, que pretende representar o mundo de maneira ideal, buscando a perfeição através de composições equilibradas, harmônicas e proporcionais.

Porém, a partir destas questões, o termo constante barroca foi abandonado, nesta pesquisa, para não restringir essas estratégias estéticas a um período histórico determinado, a saber, do final do século XVI, ao século XVIII, ou seja, o barroco, pois, para além do barroco, percebe-se estes conflitos entre a razão e a emoção, entre o racional e o irracional, enfim, entre uma tendência clássica e uma tendência não clássica em outros momentos da história da arte. Na Idade Média pode-se perceber este fenômeno quando o estilo românico, de influência clássica, começa a ser substituído como influência estética mais predominante, pelo estilo gótico, um estilo considerado bárbaro pelos seus contemporâneos devido aos seus excessos estéticos. Pode-se ver ainda esta tendência do excesso de uma constante não clássica no período romântico, no surrealismo e no pós-modernismo. Desta forma, a constante estética clássica, dominada por uma influência racionalista, neste trabalho será defrontada pela, constante não clássica que denominar-se-á, devido a uma afirmação de Affonso Ávila (1994), corroborada por Haroldo de Campos (2011), de constante da vertigem: "O Barroco, poética da "vertigem do lúdico", da "ludicização absoluta de suas formas", como tem conceituado Affonso Ávila." (CAMPOS, 2011, p. 41)

Neste sentido percebe-se a proximidade da ideia da constante da vertigem com o conceito de "poética sincrônica" de Haroldo de Campos (1977, p. 223). Ambas buscam compreender a estética como um processo que passa por um jogo de influências não acorrentadas a um tempo determinado exclusivamente, mas por diálogos de diversos discursos que se entrecruzam, pela influência não cronológica de diversos períodos, por uma intertextualidade constante entre o presente e o passado. O que as diferenciam, é que o termo cunhado como constante da vertigem, pretende tratar essa intertextualidade apenas na relação entre a estética da imagem produzida no período entre o final do século XVI e o XVIII, denominado barroco, e a imagem no período contemporâneo, denominado pós-modernismo.

Neste sentido a vertigem é um rompimento do equilíbrio, que denotativamente aproxima-se este "sentimento" à perda de equilíbrio espacial e conotativamente ao rompimento com a ideia do equilíbrio do clássico. Assim toma-se a vertigem naquilo que ela suscita em relação aos rompimentos com as normas. A "loucura", o "desvario" trazem a conotação daquele que rompeu o aspecto de normalidade, conseqüentemente, rompeu com as convenções, rompeu com as normas e lei. Assim que observa-se a constante da vertigem, aquela que apresenta características que são capazes de gerar uma materialidade, uma expressão artística vertiginosa, de contradições e de rompimentos: uma verdadeira estética da vertigem e, é neste des-

Linguagens e complexidades na atualidade



vario que se encontra o ponto aonde convergem as criações do período barroco e da pós-modernidade, é no vácuo da razão clássica - em sua busca de perfeição e equilíbrio - que encontra-se esta constante estética, a qual denominar-se-á, como dito anteriormente: a constante da vertigem.

Esta constante da vertigem não está apenas na superfície, em sua plasticidade, delimitada pelas categorias de Heinrich Wölflin (1989) – pictórico, clareza relativa, profundidade, unicidade, forma aberta – mas sim em sua essência. O cerne da questão barroca está em sua poética contraditória (oposições, antíteses), em sua constituição com insistentes paródias, citações e intertextualidades. Está em seus jogos poéticos (uso intenso de alegorias e metáforas), em seus jogos de linguagem conceituais e plásticas, como algumas categorias que elegemos para esse trabalho como espelhamentos, movimentos cíclicos (tanto em relação às suas formas curvas, suas volutas, como em relação à construção de seu discurso), em seus jogos de labirintos, formas rebuscadas, em seus excessos decorativos, sua monumentalidade, e na sua mistura de estilos. Por estas características pretende-se compreender as estratégias de criação da imagem barroca e sua influência nas imagens desenvolvidas contemporaneamente na mídia impressa, na mídia de massa e nos meios digitais.

A partir da ideia de uma constante, pode-se entender o barroco por duas visões: a primeira, como é conhecido historicamente e esteticamente, um estilo artístico dos séculos XVII e XVIII, o objeto histórico (entendendo-se objeto como um fenômeno à maneira da semiótica peirceana) - Narciso. A segunda maneira - o reflexo do objeto no espelho - entendendo-se o barroco como um fenômeno de expressão estética, um barroco plástico, que constantemente é retomado, às vezes com mais intensidade, como na contemporaneidade, às vezes com menos intensidade, como nos momentos em que estilos mais racionais, como parte da modernidade, tomam conta do pensamento humano: o design moderno herdado da Bauhaus é um exemplo. Entender o barroco como uma tendência atemporal, uma constante, a constante da vertigem.

REFERÊNCIAS

- ÁVILA, A. O lúdico e as Projeções do Mundo Barroco I. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- ÁVILA, A. O lúdico e as Projeções do Mundo Barroco II. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- BARTHES, R. O Óbvio e o Obtuso. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 1990.
- CALABRESE, O. A Idade Neobarroca. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- CAMPOS, H. O Sequestro do Barroco. São Paulo: Iluminuras, 2011.
- _____. A Arte no Horizonte do Provável. São Paulo: Perspectiva, 2010.

Linguagens e complexidades na atualidade

DUGNANI, P. A Herança Simbólica na azulejaria Barroca. São Paulo: Editora Mackenzie, 2012.

PEIRCE, C. S. Semiótica. São Paulo: Perspectiva, 1977.

SARDUY, S. Ensayos Generales sobre el Barroco. Buenos Aires: FCE, 1987.

SINZIG, Fr. P. Maravilhas da Religião e da Arte. Igreja e Convento de São Francisco da Bahia. Rio de Janeiro: Imprensa Nacional, 1933.

WÖLFFLIN, H. Renascença e Barroco. São Paulo: Prespectiva, 1989.



Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

CONVERGÊNCIAS DE LINGUAGENS E HISTÓRIA: A MÚSICA, O CINEMA DE ANIMAÇÃO E QUESTÕES DE GÊNERO NA OBRA FANTASIA DE WALT DISNEY – 1940.

Rosana Schwartz¹⁶

RESUMO

Este artigo problematiza o entrelaçamento da linguagem sonora, arte e animação, utilizada na obra fílmica Fantasia (1940) de Walt Disney, os resultados comunicacionais dessa experiência, o panorama da recepção do filme em seu lançamento e as alegorias, mitos e utopias apresentadas na presente obra. Destaca-se a relação entre cinema de animação e os efeitos sonoros e da música, enquanto força motriz, para o entretenimento e comunicação, além das relações de gênero fortemente marcadas na animação.

PALAVRAS-CHAVE: LINGUAGENS; MÚSICA; CINEMA; ANIMAÇÃO; GÊNERO

Este artigo trata da utilização da dependência de diversas linguagens e do uso da história, na produção cinematográfica, mais específico no cinema de animação. A animação, os efeitos sonoros e da música proporcionam a comunicação e o entretenimento desejado. Destaca-se os efeitos dessa sincrese no filme Fantasia de Walt Disney e os mitos e questões de gênero presentes na obra. Tudo que se produz, filmes, textos, pinturas, arquitetura, entre outras produções, carrega implicitamente e explicitamente múltiplos sentidos geracionais, temporais, de seu tempo histórico, geográfico, interesses econômicos, políticos, culturais e os interesses implícitos e explícitos do produtor.

16 Universidade Presbiteriana Mackenzie

Linguagens e complexidades na atualidade



O Filme Fantasia, da década de 1940, norte-americano, extrapola seu espaço e tempo. Nascido da ideia de seu autor Walt Disney, em transformar o símbolo americano Mickey Mouse, em um aprendiz de feiticeiro, reuniu conjuntamente com o regente Leopold Stokowski, a composição L'apprenti sorcier - O Aprendiz de Feiticeiro- de Paul Dukas com desenho. Essa junção simbolizou um projeto de curta-metragem para longa-metragem com composições de Bach, Tchaikovsky, Ponchielli, Beethoven, Stravinsky e Schubert. O enredo trata de questões sobre o bem, o mal, a beleza, a alegria, a tristeza, vida e morte, temas presentes na vida cotidiana dos seres humanos. Segundo, Sebastien Denis (2010), Walt Disney, problematizou questões que não envelhecem, consagrando a animação como uma nova forma de arte. Destaca a importância da junção música/ animação (2010: 90). Para o autor existem vertentes na filmografia, uma que acreditam que essas duas artes devem coexistir juntas, em um filme de animação que concebe música, a trilha sonora como ilustrativa das imagens, e outra que acredita que a trilha sonora é paralela a imagem (2010: 79). Essas posições proporcionaram o sound design no cinema de animação. Os estúdios Disney coletaram referências sobre artistas e estilos europeus interessantes para seus curtas-metragens e depois com os longas-metragens. Influenciados e inspirados pela cultura e arte européia recriaram contos e histórias de autores como A. A. Milne, Hans Christian Andersen, Grimm, Esopo. Criação e recriação que produziu desenhos como Branca de Neve, Pinóquio e Bambi. Bruno Girveau (2006), relata em seu artigo que é possível perceber no estilo Disney, o gótico da Idade Média, o romantismo alemão, o surrealismo, a arte de Gustave Doré, Daumier, o simbolismo, pré-Raphaelistas ingleses e o expressionismo. Vale lembrar que na Califórnia dos anos 1930 e 1940, quando os filmes de Disney trás as obras dos grandes mestres da pintura, eles não eram amplamente conhecidos pela população americana.

Os sonhos originais de Walt Disney, para o Filme Fantasia era realizar um filme musical visto em uma tela larga com som dimensional que capturasse um público de milhões (Culhane, 1983: 10). A cena do Aprendiz de Feiticeiro, deveria no momento em que as vassouras escapam do controle do Mickey e marcham para a fonte com seus baldes d'água, causar pelo som do segmento abstrato Toccata e Fugade Bach em 3-D e as imagem, impacto no público espectador. As sombras da vassouras alcançariam os lados do teatro. O projeto da exibição do filme previa ainda a utilização de óculos de papelão Polaroid para melhor definição da imagem e soltar aromas de flores durante a apresentação do segmento Suíte Quebra Nozes. O sistema fantasound de som estereofônico captava o áudio, retransmitido em nove canais de áudio e mixados para a música, vozes e efeitos especiais, e o volume do cinema, surrounds, se encarregaria de proporcionar a emoção necessária para a recepção do filme. Se em 1940 Disney fazia história com o Fantasound, em 1982 Fantasiaseria o primeiro filme a ser gravado, editado



Linguagens e complexidades na atualidade

e dublado em áudio digital. (Culhane, 1983: 32). Reunir animação e música clássica, provocou críticas positivas e negativas com relação ao uso de boa música em arte da animação. Muitos relataram a ousadia pretensiosa da proposta de Disney em misturar duas formas distintas de arte: música e cinema.

A exibição do filme no Brasil em 1941, chamou a atenção de expoentes intelectuais como Monteiro Lobato, fã das produções de Disney. Ele escreveu na Revista Clima, edição nº 5, publicação editada entre 1941 e 1944, repleta de longos ensaios com críticas literárias, teatrais e de cinema - que o filme Fantasia era um sucesso e que conseguiu unir música clássica e desenho animado.

A estréia na cidade de São Paulo foi em fins de agosto de 1941, no Cine Rosário, localizado no Edifício Martinelli. A exibição contou com um público considerável nos primeiros dias, entretanto, após as primeiras críticas, o público começou a não comparecer à sala de exibição. Cada parte da obra foi discutida de forma crítica, por diversos especialistas em arte, que problematizaram a estética dessa experiência fílmica e a dificuldade de entendimento por parte da população do seu enredo. As ilustrações e os elementos gráficos, tanto realistas, na parte da Sinfonia Pastoral ou caricatos, em Dança das Horas, causavam essa dificuldade. Em a Pastoral de Beethoven, o elemento mitológico tratados em linguagem fílmica, de massas, reuniu atributos da história, cultura com diversas artes, com beleza e sutileza, entretanto, as linguagens utilizadas do som como da imagem não atingiram o receptor menos intelectualizado. Diversos segmentos da sociedade não gostaram do filme. Algumas críticas comentavam a dificuldade das massas e expunham comentários como: "se você conseguir sair acordado do filme, conseguirá falar sobre ele". Nesse sentido, Bourdieu (1983) afirma que o consumidor do produto cultural não possui independência quanto ao grau de eruditismo artístico.

Outro crítico que comentou o filme na ocasião da sua estréia foi Guilherme de Almeida, também na Revista Clima. Ele fez alusão à experiência dimensional sonora e chamou atenção para as limitações técnicas existentes nas exibições fora dos Estados Unidos. Em São Paulo, a experiência dimensional, foi difícil e a obra classificada pelo crítico como "outro cinema". As numerosas análises criavam o entendimento de que a interligação entre música erudita, animação cinematográfica e os efeitos sonoros tridimensionais, o Fantasound, formaram um novo sentido sensorial da experiência do cinema, mas que nem todos os locais e pessoas estavam preparadas para a novidade.

O caráter simbólico do filme foi considerado inovador. Fantasia utiliza alguns mitos como fonte de inspiração, igualmente às outras artes. Expõem histórias tradicionais, passadas de geração em geração como as mitologias da Grécia Antiga

Linguagens e complexidades na atualidade

e dos Nórdicos. Essas mitologias aparecem sob temáticas universais, como a vida após a morte, origem do mundo, renascimento da primavera, amor, força da natureza, entre outros. Tenta responder algumas questões da vida cotidiana de forma simbólica. Os mitos presentes no filme, explicam costumes e rituais da sociedade ocidental e procuram dar sentido ao mundo. Aparece como intervenção simbólica entre o sagrado e profano e está relacionado com questões de linguagem e vida social do homem. Descreve hierarquias de deuses, cada uma com um ou mais deuses supremos e semi-deuses, proporcionando riqueza ao conteúdo do filme

REFERÊNCIAS

- BARRIER, Michael J. Hollywood Cartoons - American Animation in Its Golden Age. New York: Oxford University; 1999.
- _____. The Animated Man: A Life of Walt Disney. Los Angeles: University of California.
- _____. Disneyisme. Disponível em http://www.michaelbarrier.com/Commentary/Disney%20at%20Paris/Disney_at_Paris.htm> Acesso em 25 de out. 2013.
- BOURDIEU, Pierre. "Gostos de Classe e Estilos de Vida" in ORTIZ, Renato. Sociologia. São Paulo: Ática, 1983.
- BAZIN, André. O Cinema: Ensaios. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- BOONE, Andrew. R. Mickey Mouse Goes Classical in Popular Science. Janeiro 1941
- CANEMAKER, John. Paper Dreams - The Art and Artists of Disney Storyboards. New York: Hyperion, 1999.
- CLIMA. (revista) edição de outubro de 1941. nº 5.
- CULHANE, John. Fantasia. New York: Abrams, 1983.
- _____. Fantasia 2000 - A Vision of Hope. New York: Hyperion, 1999.
- DENIS, Sébastien. O Cinema de Animação. Lisboa: Edições Texto & Grafia, 2010.
- GABLER, Neal. Walt Disney: The Triumph of the American Imagination. New York: Knopf, 2006.
- GIRVEAU, Bruno (curador): Il Etait une Fois Walt Disney. Paris: RMN, 2006.
- OMAR, Arthur. "Cinema e Música", in XAVIER, Ismail (org.), O cinema no século. Rio de Janeiro: Imago, 1996.
- PEGORARO, Celbi. Disney no Brasil. Como Tudo Começou (livro reportagem/TCC) São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2007.
- Walt Disney. Fantasia (Fantasia). EUA: 1940. 120 minutos.
- Walt Disney - o sonho de um homem. EUA: 1982. 120 minutos.

BELEZA DO FUTURO: OS PROCESSOS IDENTITÁRIOS E AS PRÁTICAS DE CONSUMO ENTRE AS JOVENS DE 15 A 20 ANOS.

Selma Felerico ¹⁷

RESUMO

O tema deste artigo são os processos identitários e as novas práticas de consumo a partir dos modos de representação nos signos da beleza e da juventude veiculados nas mídias sociais. Considerando que as novas linguagens hipermidiáticas constituem um aspecto de suma importância nos campos da comunicação e do consumo, temos como objetivo conhecer as práticas de consumo relacionadas à beleza entre as mulheres de 15 a 20 anos, das classes A e B, por meio de um levantamento net-nográfico nas redes sociais, em blogs e sites do segmento e de uma pesquisa qualitativa com vinte e cinco jovens. Para acompanhar as alterações socioculturais femininas e identificar os signos imagéticos femininos, o corpus é composto por post em blogs e sites contemporâneas, que decodificam os corpos marginalizados pelo imaginário das jovens mulheres e também os dados compilados junto às entrevistadas. Os resultados alcançados reiteram a hipótese central de que há um ideal de beleza no imaginário feminino, imposto pela mídia, influenciado pelas redes sociais e tutelado pela mãe.

PALAVRAS-CHAVE: CORPO FEMININO; BELEZA FEMININA; JOVEM MULHER; PROCESSO IDENTITÁRIO

¹⁷ Doutora e Mestre em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP; Professora Pesquisadora Integral da Universidade Presbiteriana Mackenzie; Membro do Grupo de Pesquisas Comunicação, discurso e poéticas do consumo do PPGCOM da ESPM; Professora da ESPM; Pesquisadora do CAEPM e e-mail: sfelerico@gmail.com

A classificação estabelecida pela autora para categorizar os estilos de consumo encontrados, segue os conceitos observados sobre corpo, comunicação e consumo, presentes na pesquisa *Corpos em Revista* – realizada pela autora em 2011

Linguagens e complexidades na atualidade

– segmentada em modelos corporais e comportamentais: Corpos aprendendo o consumo: composto por jovens que buscam conhecer os tutoriais de maquiagem, blogs e seguem as dicas e tendências da moda; Corpos em consumo: são as mulheres que já se encontram no mercado de trabalho e passam de espectadoras a consumidoras efetivas; Corpos como consumo: composto pelas jovens que buscam fazer do seu corpo, seu capital social.

Após a pesquisa Corpos em Revista desenvolvida em 2011, pela autora, com mulheres na faixa de 20 a 45 anos, das classes A e B, notou-se uma crescente preocupação feminina em manter a beleza na maturidade e, em alguns momentos, até a maternidade foi questionada a favor de um corpo magro, firme e jovem. Destaca-se que as mães, avós e amigas mais velhas também foram citadas em suas práticas e cuidados femininos a serem perseguidos e como símbolo de feiura a ser desprezado. O que resultou em outra pesquisa feita pela mesma autora, em 2012 – Identidade Feminina – com mulheres entre 50 e 65 anos, das classes A e B, que observou uma angustiante preocupação com a construção da beleza e manutenção do corpo perfeito no que se refere a suas filhas e ao arrependimento das mesmas por não terem essa preocupação na juventude. As mulheres mais velhas sentem-se, muitas vezes aprisionadas, em um passado, no qual as palavras prevenção e manutenção estética não se fazem presentes. Assim fez-se necessário dar continuidade a estas reflexões com o presente trabalho – Beleza do Futuro – para a compreensão do processo embrionário e hereditário da construção da beleza nas jovens mulheres contemporâneas, que muitas vezes prega a liberdade de ser e agir individualmente, mas que também aprisiona o universo feminino ao ditar e padronizar corpos, acessórios, cabelos, tatuagens entre outras normas.

O PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia desse estudo percorre as seguintes etapas: 1. Revisão bibliográfica com a intenção de selecionar bases teóricas sobre a questão proposta; 2. Levantamento netnográfico em blogs que tratam de temas relacionados à beleza feminina – cabelos, maquiagens, atividades físicas, cuidados estéticos, moda e tatuagens; 3. Aplicação de uma pesquisa qualitativa – com 25 mulheres das classes A e B, na faixa etária de 15 e 20 anos, moradoras na cidade de São Paulo – Para conhecer o imaginário estético feminino e suas práticas de consumo; 4. A fim de compreender a construção do diálogo midiático e social com a jovem mulher, cinco blogueiras (formadoras de opinião/ tutoras) serão entrevistadas. 5. Registrar os atuais hábitos de consumo feminino e classificar os vários tipos de corpos encontrados, que constroem novas identidades e resignificam corpos contemporâneos na sociedade brasileira.

A representativa das mulheres entre 15 a 20 anos, das classes A e B, como formadoras de opiniões e tendências para



Linguagens e complexidades na atualidade

o imaginário feminino das demais categorias sociais legitima a beleza e o corpo da mulher brasileira. Optou-se por um número restrito de entrevistada para maior detalhamento, por meio de entrevistas em profundidade e acompanhamento em blogs, facebook, instangram e outras comunidades nas redes sociais.

Outra razão para a inclusão de um estudo netnográfico é que de acordo com a pesquisa “Consumo de Produtos de Beleza”, da Sophia Mind18, foi apontado que para as mulheres com menos de 30 anos as principais fontes de descobertas de novidades em produtos de beleza são as amigas (64%), os profissionais de beleza (42%) e a internet (44%). De acordo com a Sondagem – Moda e Estética desenvolvida (2011), já citada, 90% dos jovens consideram a internet sua principal fonte de informação e entretenimento. E 70% das meninas gostam de ver as propagandas veiculadas nas revistas. As meninas buscam informações de beleza principalmente nas revistas femininas, indicações e blogs. Para informações sobre a moda, os blogs são a principal fonte de referência, seguido pelas revistas femininas. Dados que justificam o levantamento netnográfico das jovens mulheres.

(...) o mundo feminino parece viver com mais intensidade o presente, suas ocasiões e seus problemas, e é justamente deste ponto que se pretende partir no sentido de propor inovações. Essa atitude e sensibilidade alimenta comportamentos alternativos. A ideia de comunidade, assim como a de compartilhar interesses, paixões e questões pertinentes à vida, por exemplo, é ideal e propicia mudanças em realidades concretas, altamente propositivas, entendidas como entidades abertas, livres de ter que se organizar em torno de exigências específicas. Multiplicam-se as empresas e associações que consideram, de maneira atenta, o potencial criativo que vem do mundo feminino, sustentando desejos e dando voz às suas necessidades, como frequentemente acontece na internet. (MORACE, 2009, p.86).

O REFERENCIAL TEÓRICO

Para enfrentar as questões apresentadas, vários autores devem ser utilizados: Cristopher Lasch e A cultura do narcisismo (1983), que mostra a ansiedade do homem moderno em consumir como forma de demonstrar status e/ou poder.

David Le Breton com seu livro Adeus ao Corpo (2003) faz uma análise sobre o discurso científico atual em que o corpo é um

18 Pesquisa “Consumo de Produtos de Beleza”, realizada pela Sophia Mind em dezembro de 2009, com 1.311 brasileiras entre 18 e 60 anos. Entrevistas com amostra de usuárias de internet via questionário on-line. Erro amostral de 2,7%.

[illegible]

**Linguagem
Identidade
Sociedade**

Estudos sobre a Mídia



Linguagens e complexidades na atualidade



teoria da eterna busca pela beleza feminina, como uma religião que envolve as mulheres com a intenção de aproximar-se da perfeição divina e tem seus estudos focados em análises de revistas dos Estados Unidos e da Inglaterra.

PRIMEIROS RESULTADOS: CORPO, COMUNICAÇÃO E CONSUMO

O discurso das jovens decodifica a crença de que não é necessário ser artificial, mas sim é preciso minimizar as marcas que denotam possíveis intervenções na própria natureza, com frases como: "Ser bonita é ser natural". Os produtos de higiene mais usados por elas são: xampus, cremes condicionadores e sabonetes para o corpo e o rosto, que apesar de simples revelam um discurso no qual o cabelo ocupa boa parte da atenção das jovens, que se dispõem a experimentar novos produtos constantemente. O segmento dos produtos capilares parece ser a porta de entrada dessas mulheres nos modos de tratar o corpo e no consumo da beleza.

Tem pessoas que a identidade dela é o cheiro do cabelo. Às vezes quando ela passa, você diz: fulana passou. Quando ela te abraça... Nossa! As pessoas me chamavam de chocolate porque antes eu passava um creme de chocolate. (YOLANDA, 19 anos, 2013)

De acordo com Casotti, Suarez e Campos (2008), O consumo juvenil está fortemente relacionado com o espelho, pois são vários os momentos e os espaços onde essas mulheres se detêm para observar sua imagem refletida. Esta etapa da vida foi batizada pelas autoras com a expressão o momento é agora e o seu consumo está relacionado com produtos e práticas cotidianas de beleza, resignificadas em três dimensões: a valorização da beleza natural, o foco no resultado imediato e o consumo tutelado e apadrinhado por suas mães. Bourdieu (1988) constata que as atitudes consideradas naturalmente "naturais" são, na verdade naturalmente "cultivadas." As jovens para cultivar sua beleza natural, buscam ter seu estilo próprio e para isso valem-se da atuação e da dependência de profissionais de estética.

Se a pessoa que faz a minha sobrancelha, morrer, eu acho que a minha sobrancelha vai junto para o caixão, porque é aquela pessoa mesmo que tem que fazer a sua sobrancelha. Mudar é terrível. Mudar a pessoa que vai tirar a minha sobrancelha me dá um desespero terrível. (TAISE, 20 anos, 2013).

Quanto aos resultados imediatos, o blush é um recurso muito utilizado, pois é bonito ter a pele bronzeada de sol. A

Linguagens e complexidades na atualidade

maquiagem tem a função de realçar os traços dados pela natureza. No dia-a-dia, os produtos mais utilizados são batom ou gloss e lápis para os olhos.

Eu, eu não gosto muito de maquiagem, eu não me maquio muito, mas eu gosto muito de batom, gosto muito de esmalte, gosto muito de blush. E o meu cabelo é a minha marca. O meu cabelo, sou eu mesmo quem cuida, eu faço hidratação toda semana. (YOLANDA, 20 anos, 2013).

Em o momento é agora o tempo dedicado aos cuidados com a beleza é menos significativo, se comparado ao dos outros grupos identificados na pesquisa. Isso talvez se explique pela não percepção da ação do tempo sobre o seu corpo. Essas jovens parecem viver a ilusão de que o tempo, para elas, não passa. Mesmo sendo o envelhecimento algo que racionalmente todo ser humano conhece as práticas e até mesmo os discursos das entrevistadas sugerem muitas vezes uma lógica que poderia ser resumida na frase: “Quem envelhece é a minha mãe, eu estou a salvo desse mal”. Assim, mesmo dispondo de tempo para atividades de beleza, esses cuidados não chegam a se caracterizar como rotinas na sua vida.” (CASOTTI, SUAREZ, CAMPOS, 2008, p. 31) Ratificando o depoimento de uma das entrevistadas: “Eu cobro muito a minha mãe, porque ela não usa nada, eu falo: “ai, mãe você podia pintar uma unha, passar um batonzinho?” (YOLANDA, 20 anos, 2013)

Para essas jovens mulheres, os cuidados com o rosto se limitam a eliminar excessos da natureza. Não é preciso dar nada à pele, apenas retirar a oleosidade que possa surgir ao longo do dia. Assim, o principal gesto de cuidado é lavar o rosto, como mostra, por exemplo, Fernanda: “eu lavo o rosto várias vezes ao dia, durante o trabalho mesmo. Vou para o trabalho e, toda vez que vou ao banheiro, lavo o rosto”. (CASOTTI, SUAREZ, CAMPOS, 2008, p. 37). Em nossa pesquisa esta observação encontrou ressonância: “Você fica mais bonita quando você limpa a pele. Você está com a pele limpa, com aquele cheiro de quem acaba de tomar banho, você sai na rua só para desfilas.” (CAROLINE, 18 anos, 2013)

Eu faço limpeza de pele, porque eu tenho muita acne quando eu fico muito estressada, e também eu tive problemas com ovários, eu tive cisto no ovário, então isso atrapalhou minha pele. O que eu percebi durante esse tempo que eu faço o tratamento é que antes os produtos não eram cheirosos, o sabonete não era cheiroso, era aquela coisa: bem remédio mesmo, era bem medicinal. Mas agora não. Agora as bases estão totalmente diferentes, tem cheiro bom, sabe. É até mais gostoso que a Mac Be que eu uso também. E os sabonetes dermatológicos também estão muito mais cheiros,

Linguagens e complexidades na atualidade



com cheirinho de erva doce, mudou completamente. (GABRIELA, 18 anos, 2013)

Apesar das jovens ressaltarem a importância dos produtos para o cabelo, normalmente a mãe é a responsável pela escolha desses itens, de acordo com Casotti, Suarez, Campos (2008). Elas podem até ir ao supermercado com a mãe, mas na maioria das vezes, é a mãe quem faz a compra, com base em seus próprios critérios. A tutela materna está presente na compra dos xampus, condicionadores e nos incentivos ao uso de filtro solar. O que ratifica a hipótese inicial desse trabalho de que há um ideal de beleza predominante no imaginário feminino, imposto pela mídia, influenciado pelas redes sociais e tutelado pela mãe. “Pelo menos a minha mãe fala: “vai passar um blushzinho para parecer uma gata!” Dá uns toques: “nossa sua cara está tão branca, você não quer passar uma coisa?” (GABRIELA, 18 anos, 2013).

Os nomes dos blogs femininos também merecem destaque. Nota-se claramente a intenção de doutrinar as mulheres quanto à importância da beleza, onde para atingir perfeição é necessário ter seu próprio estilo, para diferenciar-se: www.soparameninas.com.br; www.desejosdemenina.com.br; www.chatadegalochacom.com; www.garotasestupidas.com; www.passandoblush.com.br; www.supervaidosa.com; www.depoisdosquinze.com/; www.ninasecrets.com.br, entre outros. Por meio de depoimentos, acompanhados de marcas e produtos do segmento estético, as blogueiras reconstroem o imaginário feminino e legitimam novas identidades femininas – como o post veiculado no blog de ninasecrets em 11 de agosto de 2013:

Oi meninas, tudo bom? Postei no Instagram que eu ia deixar de ser loira, mas não se assustem, eu fiz uma mudança não muito radical hahaha. Troquei o super loiro pelas californianas, quem me acompanha desde o começo sabe que eu sempre usei meu cabelo assim. A transformação fez parte de um trabalho para a L’Oréal, que vai lançar o Imédia Excellence Californianas no Brasil, um produto incrível para fazer as californianas em casa! (www.ninasecrets.com.br acessado em 11 de agosto de 2013)

A mídia apresenta o consumo como motivação que eleva o desenvolvimento da sociedade e a publicidade, que antes formulava suas mensagens exaltando as qualidades do produto, passou a incentivar o consumo como estímulo de vida, produzindo um indivíduo, eternamente insatisfeito com a sua forma física (LASCH: 1983). Segundo o autor, o novo narcisista não é perseguido pela culpa e sim pela ansiedade. Ganancioso no sentido de que seus desejos não têm limites, ele não acumula bens para o futuro, como fazia o individualista do século XIX, ele exige reconhecimento e vive em estado de desejo constante,

Linguagens e complexidades na atualidade

e perpetuamente insaciável (LASCH 1983:14-15). Conceito esse que se encaixa perfeitamente a visão de beleza, corpo, estilo presentes nos blogs. Assim o corpo perfeito passou a ser o centro das mensagens publicitárias. Ele compra e vende tudo. Tomemos como exemplo o post de cinco de agosto de 2013, do blog intitulado “depoisdosquinzeanos”, no qual a blogueira Bruna Viana, apresenta uma linha de produtos completas para pele e cabelo:

No começo do mês a L’Oréal enviou aqui para casa um kit de produtos para cuidados especiais com a pele. Eles também me convidaram para conhecer as novas linha da marca e resenhá-las aqui no Depois Dos Quinze. Como estamos no inverno e é justamente nessa época do ano que a nossa pele mais sofre, resolvi aceitar o desafio e usar os produtos diariamente (como tem que ser!). No pacote tinha o Serum Revitalift Total Repair 10, o Pure Zone Roll On Secativo, o filtro solar Solar Expertise Facial e o famoso BB Cream Creme Milagroso 5 em 1. (<http://www.depoisdosquinze.com>> acessado em 11 de agosto de 2013.)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As jovens estão amadurecendo mais cedo. E sua atuação no mercado de consumo legitima novas marcas e representações das mulheres jovens. Os saberes não estão mais concentrado nas mãos de especialistas. A norma é feita por mulheres cada vez mais jovens. Os saberes juvenis se impõem e são comercializados reconstruindo a nova geração de consumidoras. Como afirmou Marcel Mauss (1974), é por meio da “imitação prestigiosa” que os indivíduos de cada cultura constroem seus corpos e comportamentos. A espetacularização do discurso midiático na sociedade atual faz com que o sucesso corporal e o produto e/ou serviço estético se aproximem cada vez mais, sugerindo que o corpo é o nosso maior bem de consumo. “Há uma obsessão pela novidade: corpos aparecem e desaparecem. A banalização e o desgaste, decorrente da repetição da mesma informação, resultam em esquecimento.” (HOFF, 2005)

Eu acho que no mundo em que a gente vive é tudo muito comportamental. Isto é, a roupa que você se sente bem, que você se sente a vontade e você quer mostrar para as pessoas. Você quer ter o seu estilo, coisas assim. E até mesmo na maquiagem você quer mostrar o seu estilo com um batom diferente, de uma tatuagem, sei lá, alguma coisa assim, entendeu? (TAISE, 20 anos, 2013).



Linguagens e complexidades na atualidade

Nesse processo de atualização, as jovens encontraram na internet o percurso mais rápido para encontrar o segredo da beleza, com a divulgação de produtos, serviços e manuais, acompanhados por depoimentos compensatórios de mulheres que trocam informações e se autoajudam virtualmente, com mensagens motivacionais. Uma linguagem simples, direta e persuasiva traz a solução na busca pela perfeição estética, por meio de regimes alimentares, programas de atividades físicas, tutoriais de maquiagem, tratamentos estéticos domésticos, dicas de certo e errado no vestuário, presentes em editoriais e artigos regulatórios. Finalizando as postagens há os testemunhais compensatórios, que invariavelmente terminam com a frase: “Minha vida mudou, hoje estou mais bonita, sou realizada e feliz”. Manuais de vigilância e dominação social são escritos anonimamente nas redes sociais. Outro benefício dos blogs é a opção de diálogo de seres anônimos que tornam-se amigos, escutam as insatisfações e ainda resolvem os problemas de inclusão estética na sociedade, principalmente entre as mulheres. Nesta breve análise, constata-se que a associação da perfeição estética junto ao sacrifício corporal é constante. Há evidências de que beleza é um imperativo essencial na vida das jovens cuja motivação pode ser acentuada pelas resignificações de cada mensagem veiculada e/ou postada.

Eu gosto de muito de ver tanto as lojas quanto os blogs, eu sigo várias lojas para ver as novidades e sigo as blogueiras para saber como usar, eu sigo a Camila Coutinho do Garotas Estúpidas. Eu gosto muito do blog dela, sempre vejo. E eu vejo o blog da Mariah, que é também sobre moda, essas coisas, tipo, look do dia, E da Lia também, a Lia Camargo do Just Lia. (GABRIELA, 19 anos, 2013)

A informalidade dos testemunhais virtuais é fundamental na construção do imaginário feminino. São textos persuasivos e imaginativos que auxiliam no entendimento do excesso de mensagens disparadas pelos meios de comunicação tradicionais, como: televisão, rádio, revistas, jornais, além da moda em geral. A moda legitima os traços que a mulher deve seguir como padrão de beleza e de atualidade. Para Villaça (2007), a moda oferece uma leitura dos investimentos simbólicos corporais em questões étnicas, etárias e políticas, que se aprofundaram desde a década de 60, quando o mundo fashion efetivamente qualificou-se como um espaço para discutir e/ou legitimar os processos de subjetivação. A linguagem virtual é coloquial, com saberes científicos, técnicos, conselhos e simpatias que incorporam o vocabulário cotidiano mascarando, em muitas situações, a intenção mercadológica do blog. Percebe-se a presença do discurso midiático das revistas femininas e

Linguagens e complexidades na atualidade

principalmente a transferência da “seção de cartas” dessas publicações para esta plataforma de comunicação, mais dinâmica e interativa. Muitas vezes ela recodifica o padrão corporal a ser seguido pelas mulheres, desde a juventude.

Eu vejo muito tutorial de maquiagem. Eu não sigo uma blogueira, mas eu sempre vejo, se eu gostei da maquiagem, eu vou e vejo. Eu gosto bastante de acompanhar, principalmente pelo instagram, agora. (CAROLINE, 18 anos, 2013)

Há uma construção cultural do corpo, com a valorização de certos atributos em detrimento de outros, fazendo com que haja um corpo típico para cada sociedade. Esse corpo que pode variar de acordo como contexto histórico e cultural é adquirido pelos membros da sociedade por meio da “imitação prestigiosa”. Os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que obtiveram êxito e que têm prestígio em sua cultura. (GOLDENBERG, 2008, pg. 126)

Beleza é juntar o que você é por fora e por dentro e passar isso para as outras pessoas. Então assim, você pode ser linda por fora, ter uma beleza estética, bonita, e ser horrível por dentro e acabar estragando a sua beleza. Eu acho que se você é bonita por dentro e por fora, se você consegue juntar isso e mostrar para as pessoas através do seu caráter, da sua identidade, isso define qualquer outro tipo de beleza. A pessoa pode usar maquiagem, ela pode fazer o que for, mas ela é feia se não tiver caráter. (CAROLINE, 18 anos, 2013).

A hipótese levantada inicialmente é confirmada: há um ideal de beleza predominante no imaginário feminino, imposto pela mídia, influenciado pelas redes sociais e tutelado pela mãe. E, de acordo com o padrão elegido pela jovem mulher, surgem novas comunidades virtuais e outras práticas de consumo. “Foi a minha tia que tirou para mim pela primeira vez, mas depois de um tempo, assim, fazendo em casa, eu comecei a ir para o salão e cuidar da minha sobrancelha.” (Caroline, 19 anos, 2013)

Vemos, assim, a dimensão de regulação e controle das práticas corporais, ao sublinhar o lugar que a beleza assume como valor social. Nossas regulações permanentes, nossos referenciais identitários estão bastante enraizados nas expectativas relativas ao corpo, e qualquer contravenção, estética maior provoca um mal-estar, retira-nos do âmbito da ordem, sem nos darmos conta, claramente, do que desencadeia isso e dos elementos implicados nesse processo (NOVAES, 2006:84).

Linguagens e complexidades na atualidade

Eu fiz um regime quando eu tinha de 10 a 12, de chegar a desmaiar na escola, porque eu não comia... eu fui parar no hospital também, por conta do regime que eu fiz, louco. Eu me arrumei e não voltei mais. Na época o meu pai ficou muito bravo comigo, porque eu estava tentando fazer isso, então ele falou: "não, se você quer, vamos fazer certo, tipo, leva numa nutricionista, tem que comer direitinho..." (GABRIELA, 19 ANOS, 2013)

Trata-se de um artigo exploratório que sinalizou marcas e representações que devem ser desenvolvidas no decorrer do projeto. Uma questão fundamental para a continuidade deste estudo é buscar entender o que leva a jovem escolher saberes e modos de consumo diferenciados e quais recompensas ela encontra nessa escolha.

REFERÊNCIAS

- CAMARGO, Francisco C; HOFF, Tânia M. C. Erotismo e mídia. São Paulo: Expressão e Arte Editora, 2002.
- CASOTTI, Letícia; SUAREZ, Maribel; CAMPOS, Roberta D. O tempo da Beleza. Consumo e comportamento feminino. Novos Olhares . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- COSTA, Giselda dos SANTOS. Netnografia e MROCs1: análise e coleta de dados em pesquisas qualitativas na era das redes sociais. In: Anais Eletronicos do 3º. Simpósio Hipertexto e Tecnologia das Informações.
- GOLDENBERG, Mirian (Org.) Nu e vestido. Dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca. São Paulo: Record, 2002.
- _____. Nem toda brasileira é bunda: corpo e envelhecimento na cultura brasileira In: CASOTTI, Letícia; SUAREZ, Maribel; CAMPOS, Roberta D. O tempo da Beleza. Consumo e comportamento feminino. Novos Olhares. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- KOZINETTS, Robert V. Netnografia: a arma secreta dos profissionais de marketing. Como o conhecimento das mídias sociais gera inovação. Março de 2010.
- NETO, Manoel Fernandes de Sousa. Mapas do Corpo, territórios de identidade. In: GARCIA, Wilton (Org.). Corpo e subjetividade. Estudos contemporâneos. São Paulo: Factash Editora: 2006.
- MORACE, Francisco; Consumo Autoral: As gerações como empresas criativas. Estação das Letras e Cores, 2009.
- _____. Vale quanto pesa... Sobre mulheres, beleza e feiura In: CASOTTI, Letícia; SUAREZ, Maribel; CAMPOS, Roberta D. O tempo da Beleza. Consumo e comportamento feminino. Novos Olhares. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2008.
- REBS, Rebeca Recuero. Reflexão Epistemológica da Pesquisa Netnográfica In: COMUNICOLOGIA Revista de Comunicação e Epistemologia da Universidade Católica de Brasília ISSN 1981-2132 – Nº 8 – 2011.1
- ORTEGA, Francisco. O corpo incerto. Corporeidade, tecnologias médicas e cultura contemporânea. Rio de Janeiro: Garamond Universitária, 2008.

Linguagens e complexidades na atualidade



WOLF, Naomi. O mito da beleza. Como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 1992.

Pesquisa Sophia Mind: disponível em< <http://www.sophiamind.com/pesquisas/88-das-consumidoras-se-dizem-satisfeitas-com-os-produtos-de-beleza/>> acessado em 25.04.13

Dados femininos: disponível em<<http://www.publicidade.abril.com.br/pesquisas/406> > acessado em 25.04.13

Blogueira Bruna Viana disponível em: <http://www.depoisdosquinze.com>> acessado em 11.08. 13

10 blogs femininos nacionais: <http://www.desejosdemenina.com.br/2012/06/top-10-blogs-nacionais-femininos> > acessado em 11.08.13

RESUMO

O mundo contemporâneo nos possibilita uma série de relações e diálogos, entre as mais distintas áreas do conhecimento, com a finalidade de se buscar uma maior ou distinta compreensão sobre um determinado elemento de análise. Deste modo, torna-se possível a aplicação das mais distintas ferramentas, para a busca de uma solução de um determinado problema. Assim, visando uma nova proposta de análise do poema Todas as cartas de amor, de Fernando Pessoa, foi-se buscar as ferramentas da linguagem matemática para auxiliar na compreensão do referido texto, criado por Pessoa sob o heterônimo do poeta e engenheiro Álvaro de Campos, a fim de que, por meio dessa aplicação de uma linguagem distinta da do universo literário, seja possível a observação de como ocorre a existência da personalidade literária Álvaro de Campos e seu sentido dentro do universo de criação de Fernando Pessoa.

PALAVRAS-CHAVE: ÁLVARO DE CAMPOS, FERNANDO PESSOA, MATEMÁTICA, ANÁLISE LITERÁRIA, HETERÔNIMOS

ABSTRACT

The contemporary world allows us the search of new relations and dialogues between the most dif-

¹⁹ Mestranda bolsista do Programa de Pós-Graduação em Letras pela Universidade Presbiteriana Mackenzie (UPM). Graduada em Letras, Licenciatura Espanhol/Português e Bacharelado em Edição, Administração de Empresas e Engenharia Elétrica/Eletrônica pela UPM. E-mail para contato: sheila.darcy@uol.com.br.

ferent areas of knowledge in order to seek a better or distinct understanding of a particular element analysis. Thus it becomes possible to apply the more different tools to search for a solution to a given problem. Therefore, looking for a new proposal to analysis of the poem *Todas as cartas de amor*, of Fernando Pessoa, we pick up the tools of mathematical language to help in the understanding of this text, created by Pessoa under the heteronym of a poet and engineer Álvaro de Campos in order that through this application of a distinct language of the literary universe, it may be possible to observe how happens the existence of the literary personality Álvaro de Campos and how is his mean in the universe created by Fernando Pessoa .

KEYWORDS: ÁLVARO DE CAMPOS , PESSOA , MATHEMATICS, LITERARY ANALYSIS , HETERONYMS

O próprio poeta português Fernando Pessoa nos apresenta a seguinte posição a respeito de seu projeto de criação:

a variedade é a única desculpa para a abundância. Ninguém deveria deixar escritos vinte livros diferentes a não ser que conseguisse escrever como vinte homens diferentes. [...] Se um homem conseguir escrever como vinte homens diferentes, ele será vinte homens diferentes [...] e os seus vinte livros estarão em ordem. (Pessoa, 1934).

A partir de sua fala, pode-se notar que sua obra apresenta, de fato, uma rica variedade do que se poderia chamar de autores-personagens, uma vez que o criador Fernando Pessoa, apresenta um projeto criativo composto por diversos autores, com estilos, visões acerca da literatura e forma de expressar ao público suas ideias, totalmente próprios.

Se, para o próprio Pessoa o poeta é “uma criatura de sentimentos vários e fictícios, mais imaginativo do que sentimental, e vivendo cada estado de alma antes pela inteligência que pela emoção” 20, é natural que surja a manifestação de tão variados sentimentos sob a forma de vários “seres de linguagem” que tragam as manifestações da alma fragmentária do poeta. E surge, assim, o projeto de heteronímia de Fernando Pessoa.

Um de seus principais heterônimos é o poeta Álvaro de Campos, que nasce literariamente, de acordo com Pessoa, em 1914, juntamente com seus outros principais heterônimos: Alberto Caeiro e Ricardo Reis.

Linguagens e complexidades na atualidade

A biografia de Álvaro de Campos, criada por Fernando Pessoa, informa que ele nasceu em Tavira em 1890, teve uma educação comum “de Liceu”, mas foi para Glasgow (Escócia) estudar engenharia mecânica e naval, tornando-se desta maneira, engenheiro de profissão.

Faz uma viagem para o Oriente, onde escreve, a bordo de um navio, o poema Opiário, no qual, podem ser encontrados alguns de seus traços marcantes, como o fato de não se encontrar em nenhuma parte: “Eu fingi que estudei engenharia./ Vivi na Escócia. Visitei a Irlanda. [...] /Não chegues a Port-Said, navio de ferro!/ Volta à direita, nem eu sei para onde.”; o cansaço, o tédio e a desilusão, que o perseguem: “Volto à Europa descontente, e em sortes / De vir a ser um poeta sonambólico”.

Álvaro de Campos, assim como Ricardo Reis e o próprio Fernando Pessoa, é discípulo de Alberto Caeiro, quem conheceu em uma visita ao Ribatejo. Ele conta que: “O que o mestre Caeiro me ensinou foi a ter clareza; equilíbrio, organismo no delírio e no desvairamento, e também me ensinou a não procurar ter filosofia nenhuma, mas com alma.” (Pessoa, p. 405, 1966).

Porém, Álvaro de Campos, diferentemente de Caeiro é um homem da civilização, do mundo moderno e será inevitável seu contato com os novos movimentos modernistas de surgem, principalmente nas metrópoles que ele frequenta (Londres, Paris, Iorque). Portanto, suas sensações não poderão ser simples e puras (entenda-se aqui puras como sem intermediação de outros na percepção sensitiva), ao contrário, suas sensações estão permeados pela interação com a civilização, com a modernidade e suas revoluções, energias e tecnologias.

Álvaro de Campos é quem sofre com a ânsia dos tempos modernos, uma ânsia que extrapola para todo seu ser e o faz quer “sentir tudo de todas as maneiras”, como nos conta em seu poema Passagem das horas, intensificando e ampliando suas ações e reações.

Apesar de Álvaro de Campos, de acordo com sua biografia criada por Pessoa, se encontrar agora em Lisboa em inatividade, em sua poesia ele não abandona o fato de ser um engenheiro. Pode-se observar o quanto sua formação é importante para a sua criação no poema DATILOGRAFIA, que se inicia assim: “Traço, sozinho, no meu cubículo de engenheiro, o plano,/ Firmo o projeto, aqui isolado,/ Remoto até de quem eu sou.” Assim, ele informa que seu processo criativo é equivalente ao da realização de um projeto de engenharia com traçado e exatidão, realizado com concentração e no isolamento.

A lógica matemática, proveniente de sua formação surge claramente em sua poesia, quando olhamos para seu poema O binômio de Newton é tão belo:

Linguagens e complexidades na atualidade

O binômio de Newton é tão belo como a Vênus de Milo.

O que há é pouca gente para dar por isso.

óóóó---óóóóóó óóó---óóóóóóó óóóóóóóó

(O vento lá fora.)

É interessante observar como neste poema, Álvaro de Campos se mostra admirador da lógica matemática e a encontra até mesmo na natureza, pois sua interpretação do " vento lá fora - óóóó---óóóóóó óóó---óóóóóóó óóóóóóóó", pode ser vista como aplicação do binômio de Newton, que é todo binômio da forma $(a + b)^n$, sendo n um número natural. Um desenvolvimento de um binômio de Newton nos levaria a, por exemplo, $(a + b)^5 = a^5 + 5 a^4b + 10 a^3b^2 + 10 a^2b^3 + 5ab^4 + b^5$, como pode-se notar toda uma expansão de termos, assim como no caso da manifestação do vento, da natureza demonstrada no poema.

E, é deste autor-personagem de Fernando Pessoa, que surge o poema Todas as cartas de amor, datado de 21/10/1935.

Segue:

TODAS AS CARTAS de amor são

Ridículas.

Não seriam cartas de amor se não fossem

Ridículas.

Também escrevi em meu tempo cartas de amor,

Como as outras,

Ridículas.

As cartas de amor, se há amor,

Têm de ser

Ridículas.

[illegible]

(Todas as palavras esdrúxulas,
Como os sentimentos esdrúxulos,
São naturalmente
Ridículas.)

O poema fala sobre visão do eu lírico sobre as cartas de amor, ou melhor, referindo sobre as como vê manifestações sentimentais expressadas através da linguagem, e para ele tudo não passa de simplesmente Ridículo. Se entendermos o significado de ridículo, neste poema como “destituído de bom senso, de ponderação” (Houaiss, 2009), pode-se concluir que, o eu lírico expressa que quem está sob a influência do amor, ou de sentimentos que alterem seus sentidos, não pode ser racional

Linguagens e complexidades na atualidade

e lógico como deveria, mas que no final, o que é natural é ser ridículo e viver, sentir e experimentar as emoções que a vida proporciona.

Tendo-se em vista que o criador deste poema é Álvaro de Campos, conforme visto, o homem moderno civilizado, mas que tem a ânsia de sentir ocorre, então, aqui neste poema a tentativa de racionalização do que não pode ou não deveria ser racionalizado.

Álvaro de Campos vale-se, mais uma vez de seus conhecimentos matemáticos para nos demonstrar sua equação homem + sentimento = alteração da razão. Se observarmos o conceito de identidade trigonométrica, na matemática, encontraremos que ela é uma igualdade que contém funções circulares de um ou mais arcos, que é verificada por qualquer valor ou sistema de valores desses arcos, portanto temos uma equação do tipo $A=B$. É possível a verificação de uma identidade trigonométrica através de dois métodos, a transformação da expressão A de modo a se obter a expressão B, ou vice-versa; ou ainda a transformação das expressões A e B em uma mesma expressão trigonométrica reconhecidamente idêntica. Vejamos o exemplo:

$$(\textit{sena} + \textit{tga}).(\textit{cosa} + \textit{ctga}) = (1 + \textit{sena}).(1 + \textit{cosa})$$

Transformando-se a 1ª parte teremos:

$$\begin{aligned} \left(\textit{sena} + \frac{\textit{sena}}{\textit{cosa}}\right). \left(\textit{cosa} + \frac{\textit{cosa}}{\textit{sena}}\right) &= \textit{sena} \left(1 + \frac{1}{\textit{cosa}}\right). \textit{cosa} \cdot \left(1 + \frac{1}{\textit{sena}}\right) = \\ &= \textit{sena} \cdot \textit{cosa} \left(\frac{\textit{cosa} + 1}{\textit{cosa}}\right) \cdot \left(\frac{\textit{sena} + 1}{\textit{sena}}\right) = (1 + \textit{sena}).(1 + \textit{cosa}) \end{aligned}$$

desta forma, partindo da transformação da 1ª parte da equação chegamos a uma igualdade com a 2ª parte da expressão.

E desta mesma forma opera o engenheiro Álvaro de Campos no poema. Se se dividir o poema considerando da primeira a quarta estrofe como A e da quinta a sexta estrofe como B, pode-se notar que $A=B$. Em A vê-se apresentado a situação de ridículo que é vivenciada por quem escreve uma carta de amor, por quem quer efetuar uma ação prática, mas fora de seu estado racional. Ele próprio afirma que também já passou por esta situação que é a mais natural e certa para quem tem sentimentos e quer expressá-los:

TODAS AS CARTAS de amor são

Linguagens e complexidades na atualidade



Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

Ridículas.

Não seriam cartas de amor se não fossem

Ridículas.

Também escrevi em meu tempo cartas de amor,

Como as outras,

Ridículas.

As cartas de amor, se há amor,

Têm de ser

Ridículas.

Mas, afinal,

Só as criaturas que nunca escreveram

Cartas de amor

É que são

Ridículas.

Portanto, para quem tem sentimento, o que lhe cabe é ser ridículo, perder seu senso racional e se entregar a suas sensações. E isto, é também o que está exposto em B, olhando-se o poema como uma grande identidade.

Quem me dera no tempo em que escrevia

Sem dar por isso

Cartas de amor

Ridículas.

A verdade é que hoje

As minhas memórias

Dessas cartas de amor

Linguagens e complexidades na atualidade

É que são

Ridículas.

(Todas as palavras esdrúxulas,

Como os sentimentos esdrúxulos,

São naturalmente

Ridículas.)

Aqui, mais uma vez ele nos mostra como também viveu a experiência natural do ridículo provocada pela perda da razão devido à ação dos sentimentos e o quanto isso é natural, bem como já havia exposto em A.

Conforme visto, Álvaro de Campos é o heterônimo de Fernando Pessoa, construído como o engenheiro, civilizado, ligado a metrópole e a modernidade. Tendo-se em vista o projeto criativo de Pessoa, com seus autores-personagens, com as análises mostradas anteriormente busca-se a conclusão de que, este heterônimo, manifesta-se conforme suas características e crenças, provando a existência de sua personalidade literária dentro do universo de Fernando Pessoa.

REFERÊNCIAS

ALENCAR FILHO, Edgar de. Trigonometria Plana. 3 ed. São Paulo: Nobel, 1962

CARA, Salete de Almeida. Fernando Pessoa um detetive-leitor e muitas pistas. São Paulo: Brasiliense, 1988.

Dicionário Houaiss da língua Portuguesa. Versão on-line. Disponível em: < <http://houaiss.uol.com.br/busca.jhtm?verbete=ridiculo>>. Acesso em: 25/10/2009.

GAMA, Rinaldo. Fernando Pessoa – Plural como o universo. P 57. Caderno Entrelivros Panorama da Literatura Portuguesa. Nº 5.

LIND, Georg Rudolf. Estudos sobre Fernando Pessoa. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1981.

MOISÉS, Massaud. A literatura portuguesa. 35 ed. São Paulo: Cultrix, 2008

PESSOA, Fernando. Ficções do Interlúdio /4 Poesias de Álvaro de Campos. 4 ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

PESSOA, Fernando. Páginas Íntimas de Auto-interpretação. 1ed. São Paulo: Ática, 1966.

PESSOA, Fernando. Poesias de Álvaro de Campos, a Obra Poética, Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1995.

Este artigo foi publicado nos anais do IAFOR Conference em Brighton em Julho de 2013. Os textos aqui apresentados são o resultado de um painel internacional conduzido pelos autores

ABSTRACT

In a recent conversation among teachers, a weird statement came up: our young minds are not part of this contemporary world. They are reactionary to new concepts, short-minded to references. Completing the idea, some other statements also mentioned that the identity of today's minds is not up to the present moment, they do not reflect what we, researchers, point as contemporaneity.

Following this idea, this panel gathers in a transdisciplinary encounter, five thinkers of specific areas, like communication, arts, culture, neuroscience and literature for discussing their minds from this specific five key-words: contemporary, identity, digital, advertising and culture.

The discussion takes Brazil as study subject. A culture like the Brazilian, plural and hybrid, miscegenation and syncretism build a unique way of thinking, colliding with global trends of everyday life, transforming communication and adding peculiarities over Brazilian identity.

- 21 ECA USP, São Paulo, SP, Brazil – pcmello@gmail.com - panelist / mediator
- 22 CCL Mackenzie, São Paulo, SP, Brazil - isabel.silveira@mackenzie.br
- 23 PPGDD Mackenzie, São Paulo, SP, Brazil - ismael.lima@mackenzie.br
- 24 EAHM Mackenzie, São Paulo, SP, Brazil - marcos.rizolli@mackenzie.br
- 25 CCL Mackenzie, São Paulo, SP, Brazil - silviam@mackenzie.br
- 26 CCL Mackenzie, São Paulo, SP, Brazil - soniamaria.gerais@mackenzie.br

Linguagens e complexidades na atualidade



Brazilian contemporary artists, for example, had built an interesting way of self-referencing, questioning one-self as a way of reinventing a clearer identity or at least making it more contemporary. This surely is not a prerogative of Brazilian artists.

Conversely, it is quite interesting to see that creativity in advertisement is still guided by a “politically correct” discourse, which puts Brazil in more up to date synchronism to the rest of the world. In some cases it brings creativity down in communication, vanishing any trace of uniqueness.

Over this encounter, we should clear all the points shown here, giving a better view of how this identity is being developed by contemporaneity.

KEY WORDS: CONTEMPORARY; IDENTITY; DIGITAL; ADVERTISING; CULTURE

INTRODUCTION

In a very informal discussion in a professor’s lounge, a subject came up: today’s minds. It would not be more unlike if the professors involved were not from different fields of knowledge. At that time it was simply a comparison between our students and art movements. It probably makes more sense, in Portuguese than in English. But the idea grew up with different professors. For a fast conclusion everyone agreed that they, the young ones, live in a parallel universe, where every struggle and accomplishments were never succeeded. They exist in the fifties where the main idea is to grant a perfect and healthy life, with a perfect job, in a perfect family. Perhaps the teachers had forgotten what it is to be young and dreamy again. Or not. What really amazed us all was the fact that some of our students consider 200 years ago as Jurassic, not only figuratively but literally. No wonder then they could enjoy the fact that censorship should be up and running again.

The idea of understanding our students thinking to what is taught is not really a lone search, neither a particular one. One may say that this is the shock of generation or even the raise of Generation XYZ. However there are specific points, if not bigger ones, yet to be observed. Our young minds are really fruit of the very definition of GLOBAL, global influences, with local particularities. They are a reflex of what a previous generation left. It is important though, to remember that the gaps between generations are no longer than 9 or 10 years, with a tendency to downsize even more. All of these aspects only increased the curiosity.



Every author was responsible for transcribing and translating their own text.



proposed by the Renaissance. The Baroque art enhances the Counter-Reformation mentality, preaching the spiritual values of the Middle Ages.

In a general sense, the Baroque was related to the senses, not to reason, once it mobilized all the resources that could act over all the mentalities. Ávila (1994: 60) considers: "It is true that the Baroque will no longer represent only an artistic style, but a systematization of the taste reflected in a lifestyle, a global style, from the culture of a period [...]".

The Baroque in Latin America is responsible for a worldview, a plural lifestyle, which joins paradoxical elements created by the multiplication of meanings that cover the different, the strange absence of a unique essence. The Baroque style can, consequently, represent a metaphor of the ethics of Brazilian life.

THE BRAZILIAN BAROQUE EXPRESSION

In Brazil, the constant acquaintanceship among different peoples created a multiple, plural and syncretic phenomenon, in the broadest sense of the meaning. In a general sense, this all began with the invasion of the European peoples, in the 16th century, which mixed with the local indigenous population, and with the Africans, brought as slaves in the 17th century, and later, in the 19th century until the middle of the 20th century, with the strong coming of immigrants to the country, intensifying the plural character of Brazilian society.

The country becomes, then, mestizo, from the complexity and multiplicity of characteristics, which result from the acquaintanceship, in the same place, of such different cultures and ethnicities. "There is no white or black in Brazil, but a texture, a mobile text in continuous transformation, waiting for other mixes." (Pinheiro, 1991, p.28). Brazil does not show a unit, which characterizes it. This aspect can cause repudiation for the ones who search to legitimate a Brazilian identity. Pinheiro continues "The word identity is not related to what we are, because we are not a being in a pure state, we do not fit inside the western ontology, once we are already a mobile territory, which accumulates elements coming from several parts".

It becomes evident, then, that the theme of a Brazilian national identity has always been a topic enriched by debates and controversies among Brazilian and foreign researchers interested in the country. The visions of the scholars contemplate ways that get branched. At times, the thoughts are rigid and fixed in an attempt of a precise answer related to who we are or who we should be as a nation, at other times, this question is seen as a process that is built along time.

For many years, the explanations and debates on identity were centered in the concept of race, as if the biophysical criterion could answer, involve or even answer all such questions.

[illegible]

People like Machado de Assis, Euclides da Cunha, Gilberto Freyre, Carlos Gomes, Villa-Lobos, among so many others, manifested a worry with the country reality and are seen, by many scholars, as characters who managed to popularize a singularity of national culture, by means of the consciousness they manifested concerning the national identity.

Nowadays, it is possible to perceive that this subject still assumes several paradoxes in what refers to the discourse of those who are interested in Brazilian identity. Texts are found showing certain resentment of deluded rationalists with the country and so many others who wish, at any cost, to emphasize the importance of having a national identity.

Using the Baroque as a metaphor of the Brazilian mestizo identity is recognizing that we are a country with its excesses, strangeness and exuberances. We are made of naïveness and eroticism, simplicity and luxury, classic and poor, utopias, laughter and all the effervescence and implicit contradiction in the context of Brazilian culture.

**Linguagem
Identidade
Sociedade**

Estudos sobre a Mídia



Linguagens e complexidades na atualidade

CONTEMPORANEITY AND POLITICAL CORRECTNESS IN BEER ADVERTISEMENTS AND THE RIVALRY BETWEEN ARGENTINA AND BRAZIL.

Sonia Gerais and Silvia Cópia - soniamaria.gerais@mackenzie.br and silviam@mackenzie.br

When analyzing the issue of Political Correctness (PC) we actually analyze the ideological functioning of a language and its contemporaneity, which is the object of study of Verbal Language subject taught a few semesters by teachers Silvia and Sonia at Mackenzie Presbyterian University.

Everything obviously applied to the advertising pieces, besides all of the interferences that can appear in them, such as irony, the humor and the study of the formation of the student's identity, student that lives the contemporaneity and all the successes and mistakes of it, but a lot of times, it is favorable to the censorship, including the one that belongs to the advertising universe. Seemingly our students are liberal, but, in practice, they are the opposite.

This way, when they have to write an advertising announcement, that writing ends being altered, sometimes getting limit the creativity of a text, in the case, the advertising.

Initially, the subject of the stereotype can be victim of it, generating a prejudice idea.

According the author Marcos Pereira, the prejudice "refers to to one unjust and negative attitude in relation to a group or to a person that it is supposed to be member of the group" (2002, p.77) . Like this, it is fundamental that the publicity professionals and propaganda become aware of their responsibility and be attentive in relation to their writing. The publicity should call their strategic and creative lines to the efforts of speeches that they guide to the respect to the diversity and multicultural.

In case the publicity insists on maintaining stereotypes and prejudices, the society should act to discourage that type of behaviors, then it could be "politically correct" that can be understood as a movement or "phenomenon that, gradually, it comes promoting a reinterpretation for situations of political order, economical and social" (FAIRCLOUGH, 2001, p. 58).

In the Brazilian propaganda it is possible to observe the reflex of the philosophy of this movement or phenomenon, because it becomes every time more constant for being indicated now as criterion and parameter of creation and of production of advertising pieces.

We can give some examples of the Brazilian culture and politically correct speech that can include a symbolical inclu-

Within the transdisciplinary discussion, it is interesting to observe how new technologies influence us and how those behaviors are controlled or not by media. The question of the construction of knowledge is quite complex for the 21st century, especially when one thinks of Brazil. We live in a moment where technology is used quite often to limit other than aggregate

[illegible]

It happens because the changes are so fast, that even young, we still have problems to evolve at the speed at which

Linguagens e complexidades na atualidade



technology advances.

It's a fantastic opportunity to observe brain areas in activity. In this way, we can infer that, specific colors, musical timbre, actors, types of product may exercise more or less impactful reactions.

Another tool that helps us to monitor the consumer is the eye tracking with what we can track the gaze of the person and identify which areas of the media stimulates more or less that observed person.

In short this is as new as Hippocrates. What we still try today is to unveil and envision another part of the exciting world of knowledge, going further, exchanging information and interacting with what we have already accomplished.

The 21st century world turns quickly full of new possibilities; the job of the researcher is then to find ways to apply this new reality at our daily needs.

Neuroscience comes then as a tool to add knowledge instead of extinguishing old methods. Qualitative and quantitative researches for example should always exist. Neuroscience is more of a branch to reduce the margin of error in sales.

As mentioned then, think about this word SALE, but in a wider sense not only economical. Sale is exchange. When we talk about a political party we sell the idea that that party is good for the community. When we talk about a pizza place we defend the idea that it is a pleasant place, and in that case, we very often recommend it to a friend... it is selling. For that matter the social relation of contemporaneity goes further for feelings, experimentations, new ways of communication and new life experiments.

We realize that this experience is more necessary every day, to understand and to relate to the world around us, and therefore stand a position for or against it.

Neuroscience helps then understand and interpreting the individual behavior, which is rich in references and experiments.

When we discuss an article like this, the contemporary, the languages, the cultural and artistic forms of expression, we can realize that in the Brazilian context, the cultural, musical, artistic and cinematographic miscegenation, influence the formation of the individual in the most varied ways. Therefore, this individual shows as a result of mixed and eclectic environment that he or she was exposed to, i.e. the Brazilian culture.

SELF-REFERENCE AS IDENTITY AND METHODOLOGY.

Linguagens e complexidades na atualidade

Marcos Rizolli – marcos.rizolli@mackenzie.br

One of the most striking features of contemporary art is the self-reference. Build up collectively metaphoric forms for one question: why, at last, artists speak for themselves?

From Albrecht Dürer to Van Gogh, by recurrence, the self-portrait has become a genre of art in Western culture.

In the twentieth century, in front of the vanguards who privileged forms of interpretation rather than the statute of the representation, the tradition of self-image gave way to a sense of expanded self-portraits.

The visual connection - frequently facial - will be, then a simple expressive platform - where the figure of the artist to let go to be a record for spending to be organic, generically, the presentation of existential dimensions.

In other words: the transgression of the visible world will be the power of creative of self-portraits produced by many and important artists.

Two examples and precious to British artistic culture: The paintings of Francis Bacon and Lucian Freud both amazing as synchronous.

Several and diversified signs, for beyond the simple image of the artist, will be presented in semiotic bundles increasingly recurrent in culture, making the self-portrait only one possibility among many proliferating and self-referential narratives in contemporary art.

An artistic personality that could not stay away from this presentation is the Mexican Frida Kahlo.

His impressive self-portraits reveal much more than their physical appearance. Represent their existential pain, his life story, his imaginary disorders.

In crease contemporary, between the second half of the twentieth century and the first moments of the twenty first century, artists adulterate their faces and bodies - to change the very fate of art.

The Italian Piero Manzoni makes their waste his representamen. Therefore, breaks definitively with the design of self-reference as a result of the appearance of the heroic artist.

Other three fundamental names of the art scene also tested - and widened - the peculiar limits of self-portrait: the North American artist-celebrity Andy Warhol, the German social-artist Joseph Beuys; the French disturbing artist Louise Bourgeois.



Linguagens e complexidades na atualidade



After them, the self-portrait should be understood not as genre of art, but as a creative method - own contemporary art.

So determined Marina Abramovic in her solo exhibition at MoMA in New York: with discipline and method, faced in directly confrontations of the public curiosity. The artist, in its presentness, it was art.

Another reference for understanding how self-referencing method is the artist and photographer Cindy Sherman. In Film Stills the artist presents himself as the suppose characters thrillers. Consider:

And further, its fabulous Portraits series makes the artist multiply among the different types of women's American society. Contradictory: always she and never herself!

Another artist, who among many expressive works, opened parenthesis in their trials to take public and artistically his warm relationship with a porn star. Himself: Jeff Koons. She: the iconic Cicciolina.

Beyond to the behavioral spheres, a variant of radical self-reference is the one adopted by Spanish artist David Nebreda.

Diagnosed schizophrenic, lives in the basement of Madrid, adopted celibacy and adept with a diet frightening. His photographs themselves, shape their radical artistic experiences.

Many other names could be here cited in order to expand the weight of exemplifying of the idea of self-reference as a creative method in contemporary art.

But to finish this presentation, I want to present the unusual experiences of a young Brazilian artist. Rodrigo Braga.

This artist acts within the limits of nature, body and identity. Here are some pictures.

And so, the artistic contemporaneity expands the thematic fields for the methodological sphere.

REFERENCES

ÁVILA, Affonso (Org.). Barroco, teoria e análise. São Paulo: Perspectiva/Cia Brasileira de Mineração, 1994.

CAVACO, Nanci Azevedo. O poder do Neuromarketing. Rio de Janeiro: Ferreira, 2012

FAIRCLOUGH, N. Discurso e Mudança Social. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2001.

LARENTIS, Fabiano. Comportamento do Consumidos e Marketing de Relacionamento. Curitiba: IESDE Brasil, 2009

LINDSTRON, Martin. A Lógica do consumo: verdades e mentiras sobre por que compramos. Rio de janeiro: Nova Fronteira, 2011

[illegible]

On The Sacred Disease Hippocrates – Translated by Adams Francis <<http://classics.mit.edu/Hippocrates/sacred.html>> accessed at 07/01/2013

RESUMO

Na mídia, mostrar o corpo grávido no Brasil já não é mais tabu, entretanto, mostrar o corpo REAL da mulher-mãe, ainda é. Sendo assim, neste artigo trabalho como tema “o sistema midiático atual e o consumo e sentidos produzidos junto às mulheres brasileiras que são mães recentes” para identificar, principalmente, as atitudes (pensamentos; emoções; ações) dessas mães para com a “obrigatoriedade de um corpo feminino sem sinais de gravidez” e, portanto, como se dá a real recepção dessas mães para com os produtos midiáticos acerca do assunto. Foram realizadas pesquisas quantitativas com mães de crianças de 2 a 6 anos, das classes A e B e economicamente ativas - público formador de opinião e consumidor - com o aporte bibliográfico sobre Cultura, Corpo e Consumo de Alonso, Bauman, Bock, Bourdieu, Elias, Foucault, Giddens, Ortega, Douglas e Isherwood.

PALAVRAS-CHAVE: MÍDIA, MÃE; CORPO; CONSUMO; FEMININO.

ABSTRACT

In the media, showing the pregnant body in Brazil is no longer taboo, however, show the REAL body of woman-mother, still is. Therefore, in this article as working on “the current media system and consumption and meanings produced from Brazilian women who are new mothers” to identify, especially attitudes (thoughts, emotions, actions) to those mothers with the “requirement of a female body without signs of pregnancy” and therefore how is the actual reception of such mothers with

Linguagens e complexidades na atualidade

media products about the subject. Quantitative research has been done with mothers of children 2-6 years of classes A and B and economically active - opinion makers and consumers - contribution with the bibliographic about Culture, Body and consumption in Alonso, Bauman, Bock, Bourdieu, Elias, Foucault, Giddens, Ortega, Douglas and Isherwood.

KEYWORDS: MEDIA, MOTHER, BODY, CONSUMPTION, FEMALE.

INTRODUÇÃO

A mulher, durante o puerpério se vê fora do mundo concreto, já que todo o seu tempo agora é consumido pelo filho. Ela fica ansiosa e não se reconhece mais (Gutman, 2012), pois nossa sociedade tem urgência em voltar à normalidade: o imaginário sociocultural, ou seja, todos querem que a mãe volte a ser a mesma de antes, que emagreça depressa, que volte ao trabalho, que se mostre maravilhosa; enfim, que esteja de acordo com os tempos que estamos vivendo, contudo, nem sempre foi assim.

O exemplo é “senso comum”, mas quando Leila Diniz foi fotografada grávida e com a barriga de fora na Praia de Ipanema em 1971, era inimaginável ver em capas de revistas famosas exibindo seus corpos durante a gravidez. Hoje é totalmente normal e assim pode-se dizer que o corpo é um “processo” e “resultado provisório” da sociedade, da cultura, da história. O corpo grávido já não é mais tabu, mas hoje as mulheres cuja gravidez não deixou sinais (como Claudia Leite e Gisele Bündchen, entre tantas outras) exercem um fascínio e se mostram modelos a serem seguidos pelas novas gerações (Brazão, Novaes & Vilhena, 2010). Essas se sentem então na obrigação de autocontrolar seus corpos com intervenções consumidas (cirurgias, plásticas, tratamentos) e sabendo que se falharem vão ser taxadas de “fracas”. (Rezende, 2011). No entanto, nem todas as mulheres que pariram ficam ou são assim lisas e perfeitas; algumas até retornam à antiga forma física, mas o processo é lento demais perante a urgência da sociedade e fartamente colocada pela mídia, através dos “modelos de mulheres sem sinais da gravidez”. Hoje em dia o corpo da mulher grávida não é mais um tabu, contudo a verdadeira forma pós-gravidez, sim. Mostra-se o corpo grávido na mídia sem pudores, mas o corpo REAL da mulher que pariu, com os seus sinais, não. Como o sistema de mídia é tanto um difusor da mentalidade de consumo quanto um viabilizador da produção simbólica dos sentidos (Hoff in Rocha e Casaqui, 2012), o que não se comunica não é reconhecido como simbólico.

O imaginário sociocultural de hoje em dia faz com que as mulheres tentem apagar seus sinais da gravidez, mas em

Linguagens e complexidades na atualidade

paradoxo, ao mesmo tempo podemos observar mulheres que buscam conquistar espaços de autonomia pessoal que traduzem a necessidade de escapar da simples condição de consumidora das imagens alheias. Essas mulheres querem colocar sua imagem no mundo (Lipovetsky, 2000) e desta maneira vem surgindo, principalmente na internet, “imagens reais” de “mulheres reais”. Além dos “modelos de mães sem os sinais da gravidez”, em 2013 principalmente começamos a nos deparar na internet através de redes sociais, blogs, sites e livros, com vários projetos - encabeçados principalmente por fotógrafas americanas - que mostram através de imagens e depoimentos, o REAL corpo da mulher após ter sido mãe, tais como o “A Beautiful Body Project”.



Imagem 1: A Beautiful Body Project

Disponível em: https://www.facebook.com/ABeautifulBodyProject/photos_stream. Acesso em 23/10/2023

Desta maneira, será que a iniciativa e a divulgação desses projetos de “mães reais” demonstram que de verdade começamos a abandonar os modelos estéticos e a contemplação das celebridades? Estamos começando a deixar de tentar – consumindo o que for preciso para tanto – nos enquadrar no padrão de corpo da “mulher sem sinais da gravidez”? Assim, foi

Linguagens e complexidades na atualidade

trabalhado neste artigo como tema, “o sistema midiático atual e o consumo e sentidos produzidos junto às mulheres brasileiras que são mães recentes”, para identificar como se dá o consumo e quais os sentidos produzidos pela mídia, junto a elas.

REFERENCIAL TEÓRICO

As questões sobre o corpo na atualidade são importantes, pois nas sociedades ocidentais modernas o corpo das mulheres “Não é um corpo indistinto dado pela natureza. É um corpo trabalhado, saudável, bem cuidado, paradoxalmente uma “natureza cultivada”, uma cultura tornada natureza.” (Bourdieu, 1987 apud Goldenberg, 2006, p.119). Ou seja, torna-se central nessas sociedades então, a questão do controle exercido sobre o corpo, tanto pela própria pessoa, quanto pelo seu grupo social mais amplo. Conforme Foucault (1997), o corpo é alvo de novas formas de poder que o disciplinam sob todos os aspectos. Em torno do corpo são desenvolvidos vários saberes que atravessam vários campos de poder. É desenvolvida uma estreita relação entre corpo e subjetividade como também se estabelece com ele uma relação de minucioso auto-exame, de sempre se inquirir para poder se revelar. Também Elias (1990) afirma que o autocontrole emotivo e corporal é um “processo civilizador” e desta maneira é exigido atualmente do indivíduo um controle de suas emoções e de seu corpo cada vez mais amplo: todos os afetos devem ser moderados, deve existir sempre uma auto-regulação, o que faz, a todo momento, surgirem embates nos indivíduos entre a necessidade do controle e a real expressão de seus afetos. Em análises mais recentes sobre o corpo na modernidade tardia (Featherstone 1991, Giddens 1991, Ortega 2006), debate-se como a tensão entre indivíduo e sociedade reflete-se no corpo, com os conflitos entre a busca de uma identidade e imagem corporal singulares, que são ao mesmo tempo modeladas socialmente, e o pertencimento e a adesão a determinados grupos sociais e seus valores. E nesse processo de busca de identidade e pertencimento, as práticas de intervenção de controle sobre o corpo – dietas, exercícios, cirurgias, tratamentos médicos, etc. – põem em discussão o que nele é natural e o que é cultural/construído. (Rezende, 2011). “A cultura da beleza e aparência física, a partir de determinadas práticas, transforma o corpo “natural” em um corpo distintivo: O Corpo.” (Bourdieu, 1988 apud Goldenberg, 2006, p. 120). E o processo de consumo é legitimado pela mídia que “... ensina o que, onde, quando e como consumir. Mais: ensina como devemos ser.” (Samarão, 2009, p. 167).

Isso evidencia a importância do consumo para a construção de um corpo “valioso”, como afirma Featherstone (2000, p.4): “no interior da cultura do consumo, o corpo sempre foi apresentado como um objeto pronto para transformações.” De acordo com a retórica do consumo e da indústria cultural mudam-se as imagens ideais de corpo e “o consumo é algo ativo e constante em nosso cotidiano e nele desempenha um papel central como estruturador de valores que constroem identidades,

Linguagens e complexidades na atualidade

regulam ações sociais, definem mapas culturais.” (Douglas e Isherwood, 2004, p.8). Entretanto, “o consumo não deve ser visto como uma atividade simplesmente induzida ou provocada nos consumidores modernos pela indústria publicitária e pelos interesses comerciais sobre uma audiência passiva. O consumo se converteu no processo ativo que implica a construção simbólica de uma consciência de identidade coletiva e individual” (Bocock, 2003, p. 101). Mas não só o consumo tem a sua importância, também o consumidor “O consumidor é um ator social, não simplesmente econômico. Sujeito ativo da sociedade em que se vive, nos limites de cujas práticas constrói-se consumidor e receptor.” (Baccegga in Rocha e Casaqui, 2012, p. 250).



Imagem 2: A Beautiful Body Project

Disponível em: https://www.facebook.com/ABeautifulBodyProject/photos_stream. Acesso em 23/10/2013

METODOLOGIA

Dados foram coletados através de uma Pesquisa Quantitativa, feita com um questionário composto por 51 perguntas (fechadas, semi-abertas e abertas) preenchido via internet (Google Docs). Foram entrevistadas 49 mães brasileiras de crian-

Linguagens e complexidades na atualidade

ças de 02 até 06 anos, todas das classes A e B e economicamente ativas, perfil esse das grandes responsáveis pelo consumo de produtos e serviços no país e foco constante de atenção da mídia.

PRINCIPAIS RESULTADOS

As entrevistadas têm majoritariamente entre 35 e 40 anos; 59% delas apenas um filho, enquanto 37%, 2 filhos e 4%, 3 filhos; todas trabalham; 80% são casadas; 14% separadas/divorciadas e 6% solteiras. Todas heterossexuais e 76% delas, moradoras da cidade de São Paulo. Tais mulheres afirmam ter como atividades de lazer: ler (55,10% das respostas); dormir (47%) e ir ao cinema (45%), ou seja, atividades mais “tranquilas”; cabendo destacar aqui que 45% delas não praticam nenhum esporte. Os meios que mais usam para se informar sobre saúde/beleza são os portais (79,59% das respostas); a TV (40,82%) e as revistas (28,57%); apenas 14,29% delas costumam se informar através de blogs.

Quando perguntadas sobre qual seria, na opinião delas, uma celebridade modelo de corpo perfeito, um modelo a ser seguido por elas: 28,57% se mostraram negativas à pergunta, tanto que mencionaram “não ter um modelo a ser seguido”; dentre as outras 71% que afirmaram ter um modelo, a atriz Juliana Paes obteve 8,16% das respostas; seguida por Gisele Bündchen, Paola Oliveira; Letícia Spiller e Grazi Mazzafera (4,08% das respostas respectivamente) – todas elas mães, com exceção da Paola Oliveira. Também quando questionadas sobre qual seria uma celebridade modelo de mãe, a reação foi negativa à questão, mais uma vez: 24,49% não a responderam, enquanto 14,29% afirmaram “não ter uma celebridade como modelo de mãe”. Das quase 60% que responderam, entretanto, as atrizes Angelina Jolie e Gloria Pires foram as mais citadas (8,16% das respostas, cada uma), seguidas por Isabelli Fontana; Fernanda Lima e Angélica (com 2,04%, respectivamente), todas magras, bonitas e bem cuidadas.

Quase a totalidade das entrevistadas, 93,88%, não está satisfeita com o seu próprio corpo: 61% delas porque se julgam fora do peso, enquanto 19% estão insatisfeitas com a barriga que ficou após a gravidez. E apesar da insatisfação, 20,41% afirmam não fazer nada para cuidar do corpo, enquanto 57,14% cuidam da alimentação; 28,57%, academia; 18,37%, esporte e tratamentos estéticos, respectivamente e 12,24%, massagem.

Das 49 mães entrevistadas, 91,84% delas não fez plástica depois da gestação. Das 8,16% que fizeram, 75% delas operou os seios; 50% a barriga e 25% (uma delas), fez lipoescultura (as intervenções não foram feitas de maneira isolada, cada uma delas fez pelo menos 2 juntas). Contudo, daquelas que não fizeram, a grande maioria (68,89%) tem vontade de fazer plástica, principalmente nos seios (77,41%); barriga (67,74%) e lipoescultura (45,16%).

Linguagens e complexidades na atualidade

A grande maioria (71,43%) afirmou que seu corpo mudou muito após a gravidez, principalmente por causa da flacidez na barriga (74,28% das respostas); do aumento do peso (71,42%); da flacidez nos seios (57,14%) e das estrias (37,14%); e apenas 34,69% das mães entrevistadas afirmou que seu corpo já voltou ao que era (em 6 meses, segundo 23,53% dessas mães). Portanto, 65,31% das mulheres entrevistadas afirmaram que seu corpo não voltou ao que era antes da gravidez, e dessas, 93,75% gostaria que isso acontecesse. Cerca de 75% dessas mães que ainda não tiveram seu “corpo de volta”, afirmaram estar incomodadas com isso, contudo, 71,88% delas afirmaram que ninguém lhes cobra o fato do corpo não ter voltado ao que era; apenas 25% delas disseram que a mãe lhes cobra. Curiosamente, 59,38% das entrevistadas cujo corpo não voltou ao que era antes da gravidez, mencionaram que a mídia não as deixa culpadas pelo seu corpo não ter voltado “ao normal”, apesar de toda a insatisfação.

Cerca de 63,27% das mulheres entrevistadas viram as fotos sem retoques e Photoshop dos projetos que mostram os corpos reais de mulheres que são mães; 36,73% não viram. Das que viram as fotos, 80,65% delas acredita que tais projetos são necessários, para que as mulheres saibam como é o corpo real da mulher que é mãe e passem a aceitar melhor os seus próprios corpos; contudo, 12,90% afirmaram que são desnecessários, pois mostram os corpos reais das mães, mas o objetivo da maioria das mulheres ainda é ter o corpo pós-parto da celebridade. Ainda para as mulheres que viram tais fotos, foi perguntado se acreditam que depois da divulgação dessas imagens as mulheres deixarão de desejar ter os corpos pós-parto iguais aos das celebridades, e em contradição ao que foi dito antes – que os projetos são necessários – 67,74% delas acreditam que na verdade, as mulheres não vão querer deixar de ter o corpo das celebridades. Ainda para todas as mulheres foram mostradas duas fotos dos projetos (Imagem 1 e 2 em anexo) e segundo 57,14% delas, os corpos nas fotos em algum aspecto, se parecem com os seus.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de boa parte das entrevistadas afirmarem, racionalmente, não ter um modelo de corpo a ser seguido e modelos de beleza baseados em celebridades, mostram-se ainda insatisfeitas com o próprio peso e formas do corpo; consomem tratamentos na tentativa de reverter essa insatisfação e gostariam de fazer plástica e de ter de volta o corpo que tinham antes da gestação. Mesmo com a insatisfação, afirmam que a mídia não as deixa culpadas de ter o corpo que têm, mas dizem acreditar que tais projetos são necessários para que as mulheres saibam como é o corpo real da mulher que é mãe e passem a aceitar melhor os seus próprios corpos; o que mostra que o assunto é importante e “mexe” com elas. Sendo assim, é claro

Linguagens e complexidades na atualidade

que no seu discurso racional e até “politicamente correto”, tais mulheres não se assumem influenciadas pela mídia, mas estar fora do padrão claramente as incomoda. São ainda céticas com relação à disseminação das imagens de “mães reais”, já que a grande maioria delas (67,74%) disse acreditar que as mulheres não vão querer deixar de ter o corpo das celebridades; o que mostra que possuem consciência da força da mídia para a disseminação do padrão das celebridades junto às mulheres. Podemos concluir então que mesmo com a divulgação dos projetos, é prematuro ainda dizer que as mulheres realmente começaram a abandonar os modelos estéticos e a contemplação das celebridades. Existe um movimento contrário a isso sim, contudo ainda muito tímido, para que as mulheres comecem a deixar de tentar – consumindo o que for preciso para tanto – se enquadrar no padrão de corpo da “mulher sem sinais da gravidez”. Mas é um começo, e comunicando agora tais imagens talvez elas possam ser reconhecidas, finalmente, como algo simbólico.

REFERÊNCIAS

- BACCEGA, Maria Aparecida. “O consumo no campo comunicação/educação: importância para a cidadania”. In: In: ROCHA, Rose de Melo e CASAQUI, Vander (orgs.). Estéticas Midiáticas e Narrativas de Consumo. Porto Alegre: Sulina, 2012. pp. 248-267
- BOCOCK, Robert. El consumo. Madrid: Talasa Ediciones, 2003.
- BOURDIEU, Pierre. A Economia das Trocas Simbólicas. São Paulo: Perspectiva, 1987.
- _____, Pierre. O Poder Simbólico. Lisboa: Difel, 1989.
- _____, Pierre. A Dominação Masculina. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- BRAZÃO, M., NOVAES, J. V. & VILHENA, J. (2010) “Quem quer ficar na barriga da mamãe? Sobre a gestação em tempos de culto ao corpo”. Revista Polêmica. 9 (4) PP 43-57.
- DOUGLAS, Mary e ISHERWOOD, Baron. O mundo dos bens – para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2004.
- ELIAS, Norbert. O processo civilizador. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1990.
- FEATHERSTONE, Mike. “The body in consumer culture”. In: FEATHERSTONE, Mike et alii. (orgs.) The body: social process and cultural theory. Londres: Sage, 1991, pp.170-196.
- FOUCAULT, Michel. A História da sexualidade 1. Rio de Janeiro: Graal, 1997.
- GIDDENS, Anthony. Modernity and self-identity. Oxford, Polity Press, 1991.
- GOLDENBERG, Miriam. “O corpo como capital: para compreender a cultura brasileira”. Arquivos em Movimento, Rio de Janeiro, v.2, n.2, julho/dezembro, 2006.

Linguagens e complexidades na atualidade



- GUTMAN, Laura. A maternidade e o encontro com a própria sombra: o resgate do relacionamento entre mães e filhos. Rio de Janeiro: BestSeller, 2012.
- HOFF, Tania. "Produção de sentido e publicização do discurso da diferença na esfera do consumo". In: ROCHA, Rose de Melo e CASAQUI, Vander (orgs.). Estéticas Midiáticas e Narrativas de Consumo. Porto Alegre: Sulina, 2012. pp. 145-161
- LIPOVETSKY, G. A terceira mulher. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.
- REZENDE, Claudia Barcellos. "Um estado emotivo: representação da gravidez na mídia". Cadernos Pagu (36), janeiro-junho de 2011:315-344.
- SAMARÃO, Lilianny. "O corpo da publicidade: ideias e apontamentos de Tania Hoff". Disponível em http://www.contemporanea.uerj.br/pdf/ed_12/contemporanea_n12_15_entrevista_lilianny.pdf , 2009. Acesso em 05/10/2013.

EXPRESSÕES DO INCONSCIENTE REVELADAS NA LINGUAGEM CINEMATOGRAFICA: UMA ABORDAGEM SEMIÓTICA E PSICANALÍTICA SOBRE O FILME **The Woll (1982)**

Isabel Orestes Silveira | Juliana Vizzaccaro

RESUMO

O filme The Wall (1982) pode ser considerado como um produto criativo de três artistas: Roger Waters (roteiro e música), Alan Parker (direção) e Gerald Scarfe (responsável pelas animações). No conteúdo destacam-se as experiências do protagonista Pink Floyd e, por isso cabe investigar algumas expressões do inconsciente do personagem que na linguagem cinematográfica revela uma riqueza imagética fragmentada de possível tradução semiótica e psicanalítica.

PALAVRAS-CHAVE: LINGUAGEM; CINEMA, SEMIÓTICA, PSICANÁLISE.

ABSTRACT

The movie The Wall (1982) can be considered a creative product from three artists: Roger Waters (screenplay and music), Alan Parker (director) and Gerald Scarfe (animations). It stands out the protagonist's own experiences and therefore, some expressions from his subconscious are worth investigating, where in the cinematographic language reveals a fragmented imagery richness of possible semiotic and psychoanalytic translation.

KEY WORDS: LANGUAGE; CINEMA, SEMIOTICS, PSYCHOANALYSIS.

INTRODUÇÃO

The Wall (1982) é um filme dirigido por Alan Parker baseado no álbum de mesmo nome da banda inglesa Pink Floyd. É considerado um grande videoclipe, pois todas as músicas do disco estão presentes, com exceção de "Hey You" (Ei Você) e

Linguagens e complexidades na atualidade



“The Show Must Go On” (O Show Deve Continuar).

Algumas cenas são intercaladas com animações, desenvolvidas pelo cartunista britânico Gerald Scarfe. O roteiro e as letras das músicas foram criados pelo então líder da banda Pink Floyd, Roger Waters. As combinações com imagem e som dispensam o diálogo, pois as músicas se destacam como mediadora metafórica para as interpretações dos atores.

O filme também é uma representação de uma época e de uma cultura pós Segunda Guerra. Uma obra de arte, como um filme, não é fruto de uma só pessoa, mas representa um anseio coletivo e cultural, de que é fruto e também artífice: “[...] São a expressão de desejos inconscientes de um povo, num momento determinado da história, formando o que podemos chamar de nossa mitologia moderna. São também a válvula de escape de nossas angústias e medos, são nossa catarse” (NETTO, 2011:263).

Os problemas de pesquisas que se pretendeu investigar partiram de questões rudimentares como: Quais são as possíveis leituras e interpretações que se pode fazer relativos aos aspectos do psiquismo do personagem? Quais elementos imagéticos e sonoros são possíveis identificar como fundamentais para uma abordagem semiótica?

Mesmo não existindo uma metodologia única para a análise fílmica, aqui será aceito um procedimento de análise que tem por base a Semiótica Peirceana, que aqui se apresenta como ferramenta para a construção do conhecimento sógnico e que implica em duas etapas importantes: decompor ainda que superficialmente o filme, ou seja, pretende-se descrever alguns detalhes das cenas para em seguida estabelecer e compreender as relações entre os elementos na medida em que se interpreta a imagem e o roteiro. As interpretações poderiam ser várias, todavia optamos pela abordagem da Psicanálise por entender que se trata de uma área do saber que compreende o homem como um ser cujo inconsciente atravessa e determina sua consciência.

Autores como Santaella (1990,2000), servirá para a abordagem semiótica e para a compreensão da descrição plástica dos planos, da observação da trilha sonora, do enquadramento, dos ângulos, das cores e das mensagens verbais e não verbais e para uma interpretação do filme referente às articulações desses elementos. Peirceana e Telles (2004), Freud (1996, 2009), Lacan (2001) serão consultados para a investigação que se refere à psicanálise. Outros teóricos como Aumont (1999, 2008), Wolf (2005), Halbwachs (2004), endossam nosso raciocínio sobre cinema, memória e outros assuntos que foram sendo trilhados na escrita desta investigação.

Pensamos então, não esgotar o assunto, mas contribuir para o debate acadêmico acerca da interface possível entre

Esses efeitos fazem com que o leitor da imagem se acostume com as cenas de ruptura e com as retomadas de cena ou do áudio anterior, ou ainda permanecer tomado pelo sentimento de impacto e perturbação com a crescente forma abrupta

29 * Depois do show, Waters refletiu sobre o episódio e percebeu que sua relação com o público deixara de ser saudável, pois se tornava um ditador da mídia, “vomitando entretenimento sobre as massas”. Referência disponível em: <http://ocinefilodigital.wordpress.com/2011/01/26/analise-interpretativa-pink-floyd-the-wall-1982/>. Acesso em 24/04/2013

Linguagens e complexidades na atualidade



como o filme se decompõe em fragmentos. A dinâmica acontece em cenas não lineares de idas e vindas, feitas de desencaixes e possibilidades imprevisíveis.

Cenas em close costumam ser recorrentes e “transforma o sentido da distância, levando o espectador a uma proximidade psíquica e a uma ‘intimidade’ (Epstein) extremas” (AUMONT, 2008:141).

Novos signos surgem e outros se repetem em novos contextos dando possibilidade para outros significados e encaixes: o quarto, a arrumadeira, a porta trancada, Pink em transe, jovens correndo, pessoas caídas e pisoteadas, por causa do tumulto, policiais tentando contê-las com violência. Cenas de guerra, soldados, Pink como líder totalitário, o pai de Pink morto com a mão ensanguentada com telefone e outras como: as lembranças do garotinho esquecido pelo Papai Noel.

A fragmentação de cenas se estende: o hotel onde Pink está enfatiza a televisão que permanece ligada, passando o desenho Tom e Jerry, para em seguida, mostrar Pink boiando na água da piscina; lembrança da infância de Pink, sua mãe na igreja.

Efeitos especiais despertam a atenção: jardim, bebê Pink, pomba branca, que é esmagada em mil pedaços surgindo em seu lugar uma grande estrutura metálica que se assemelha a águia nazista. Por onde a ave passa, deixa sua sombra, arrancando sangue da terra com suas garras.

Depois, vemos a águia se transformar numa figura gigantesca, saem aviões que se transformam em cruzeiros, fazendo alusão aos mortos da guerra.

Na sequência, a trilha descreve o pós-guerra: “Todas as chamas já se apagaram, mas a dor permanece. Adeus céu azul” (WATERS, 1979).

As memórias de Pink são emblemáticas e ancoradas em representações de natureza afetiva e que permanece vinculado à vida adulta. É legítimo, portanto considerar que a memória, mais do que simples arquivo de informações se configura uma possibilidade norteadora para a construção da identidade do sujeito. Sujeito que se constrói juntamente com o outro. Desse modo, podemos concordar com Halbwachs (2004: 26-34) quando afirma:

[...] nossas lembranças permanecem coletivas, e elas nos são lembradas pelos outros, mesmo que se trate de acontecimentos nos quais só nós estivemos envolvidos, e com objetos que só nós vimos. É porque, em realidade, nunca estamos sós. Não é necessário que outros homens estejam lá, que se distingam materialmente de nós: porque temos sempre conosco e em nós uma quantidade

Linguagens e complexidades na atualidade

de pessoas que não se confundem [...]

Nos argumentos de Halbwachs acerca da memória, não há uma separação entre memória e sociedade, por isso entendemos que a subjetividade do sujeito é constituída também por um caráter coletivo. A memória traz o passado ao presente. Afinal, “o presente está sempre em dialética com seu próprio passado; ele o recalca no inconsciente, ele separa suas significações ambíguas; ele projeta sobre a atualidade do mundo real os fantasmas da vida anterior” (FOUCAULT, 2005:142-143).

As lembranças de Pink na escola é um dos trechos do filme que mais se popularizou ao longo dos anos. O professor, a punição do menino e a crítica ao sistema educacional inglês daquela época, rígido e que punia qualquer traço de individualidade vindo de seus alunos, é marcado pela marcha dos alunos e pelo som da batida de “Another Brick In The Wall” (Outro Tijolo no Muro). As cenas dramatizam as fileiras de alunos e de carteiras com máscaras iguais, como uma produção em larga escala. Martelos fazem parte dessa engrenagem que transforma as crianças em uma massa. Como protesto as crianças cantam: “Nós não precisamos de educação, nós não precisamos de nenhum controle nem sarcasmo na sala de aula. Professores deixem as crianças em paz” (WATERS, 1979).

E assim há uma construção da narrativa e uma constante desconstrução da mesma, ora entramos no passado e nas lembranças de Pink, ora retornamos para o presente e na sua vida adulta.

Dentre tantas cenas interessantes, vale destacar a cena das flores. Mais uma vez usando a técnica de animação vemos agora duas flores interagindo entre si. Pelas formas que adquirem, percebemos claramente que elas se entrelaçam carinhosamente, até que uma das flores penetra na outra, acabando por assumirem formas idênticas às genitálias humanas e o ato sexual fica evidente.

Surgem lutas entre elas, uma delas que remete a forma feminina cresce perante a masculina e a engole; prédios surgirem lado a lado e vários objetos de consumo: carros, motos, aparelhos de som, eletrodomésticos, etc. Percebemos que eles estão ali para preencher os espaços vazios de um muro, como tijolos. Embaixo dele há uma onda de rostos iguais.

Esse muro vai crescendo cada vez mais, destruindo uma igreja e pervertendo tudo em seu caminho. Um grito vem de suas paredes. A trilha complementa a cena enfatizando o consumo exagerado.

De forma abrupta, somos levados de cena em cena aos fragmentos de toda ordem: turnê de Pink, festas, cinco grupos sedutores, músicas, apartamento destruído, Pink boiando na piscina, atormentado por imagens de sua esposa o traindo com outro homem etc.

Na retomada do passado, o que importa é a possibilidade de narrar experiências vividas e que revelaram o sentido dos acontecimentos que deram origem ao presente. Essas correspondências (passado e presente) que foram fatos contados com fragmentos e não transmitido pela narrativa linear, deixa claro que o presente não fica esquecido, nem é possível domesticar

Linguagens e complexidades na atualidade



o que se passou. Coisas sofridas aconteceram no passado, têm o poder de afetar o presente. A tentativa de exorcizar as lembranças do passado pode requalificar o modo como se vive o presente.

O estado da mente complexa e inteligente do personagem vive a tensão da singularidade da sua estrutura psíquica que apresenta as pulsões de vida e as pulsões de morte.

O termo “pulsão” foi introduzido por Freud (1915/1976) e se refere a uma carga de excitação que o organismo necessita descarregar e que se situa na fronteira entre os acontecimentos mentais e o somático. Posteriormente a pulsão veio a se constituir o modelo vigente da teoria pulsional, que apresenta o dualismo entre as pulsões de vida (Eros) e as pulsões de morte (Tanatos).

Assim, as experiências pelas quais o personagem Pink passa e suas memórias que são lembradas revelam suas angústias em forma de sofrimento, cólera, rancor, ressentimento, tédio, nostalgia, desespero, etc. As pulsões de vida e de morte se fazem presente e o personagem vive a ambivalência entre estas pulsões em todos os seus relacionamentos e na sua individualidade que revela sua sexualidade e seus impulsos destrutivos e agressivos.

Assim como o álbum, o filme, que é dividido em duas partes, apresenta primeiramente o muro mental de Pink, que vai sendo construído através de suas lembranças de infância e cenas imaginadas por ele. Descobrimos a partir desse pressuposto quais são os “tijolos” do seu muro e as razões que o levaram a construí-lo, revelando ora de forma consciente, ora de forma inconsciente sua vida psíquica.

Podemos considerar que as formações do inconsciente não são simplesmente o não consciente, ou aquilo que está fora da consciência: para Lacan (2001:333) “O inconsciente não é perder a memória; é não se lembrar do que se sabe”. No dizer de Netto (2011, p. 33), “o inconsciente surgiu do fato de recalcarmos, de querermos esquecer ou deletar determinadas lembranças que são consideradas desagradáveis, perigosas ou assustadoras, e que são enviadas para o exílio, para que não nos perturbem mais.”

O personagem Pink manifesta, através da memória, o desejo de trazer a consciência às experiências vividas cujo conteúdo consiste nos materiais reprimidos da sua infância e na sua vida presente. Assim, o presente se re-significa com o material trazido do inconsciente.

Nesse território conglomerado e confuso, as cenas do filme podem ser interpretadas revelando as tendências afetivas que nortearam a consciência e o inconsciente do personagem, seus afetos, emoções, e outros atributos articulados à lingua-

Linguagens e complexidades na atualidade



Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

gem visual e sonora.

As idas e vindas dos fragmentos remetem as lembranças de Pink associadas com a morte, com o luto, com as perdas e com o afeto que se rompe. Essas dores são consideradas uma das experiências mais doloridas pelas quais passamos. Trata-se de uma dor psíquica, que pode ser arrasadora, situacional, frequente ou recorrente. Lidar com ela não é tarefa fácil e requer a reorganização de nossos paradigmas e aceitação da nossa própria limitação.

No caso do luto, a perda do objeto é acompanhada de um desinteresse pelo mundo exterior, a não ser por aqueles objetos do mundo estreitamente ligados ao objeto perdido; os demais objetos, por não evocarem o objeto perdido, perdem inteiramente o interesse. Isso acarreta uma impossibilidade de escolha de um novo objeto amoroso, já que essa escolha significaria uma substituição do objeto perdido por um novo objeto, e já vimos que ninguém abandona de bom grado um objeto de amor, pelo menos de maneira imediata. A dor causada pela perda é acompanhada de uma inibição do eu e de uma restrição de seu campo de atividades. Estas mesmas características são encontradas na melancolia, acrescidas de algumas outras: diminuição do sentimento de auto-estima acompanhado de auto-recriminação e autoenvilecimento, além de uma expectativa de punição (GARZIA-ROSA, 2008:74-75).

No filme, Pink procura o sentido das ações humanas e dos acontecimentos especialmente da lacuna que existe causada pela falta do pai, morto em guerra. As perdas acontecem e diante delas somos convocados a enfrentar a dor. Esse conflito difícil pode desencadear estruturas subjetivas e operar alienação. Assim, o personagem se apresenta em vários momentos do filme.

Outra figura emblemática é a da mãe especialmente sua proteção e a tranquilidade que tenta passar para seu bebê (proteção em meio a guerra).

Todo drama da narrativa pode ser visto pelo excesso, quer de fragmentos, quer de imagens e sons além das cores que se destacam e também comunicam informações interessantes: o azul que muitas vezes é associado à tranquilidade, serenidade e harmonia, vai sendo invadido pelo vermelho, associado de forma positiva como força e paixão, mas que na cena remete à guerra e à violência, ao sacrifício, ao luto. A cor vermelha, ao longo da história, aparecerá associada a diferentes

elementos que nos revelarão pistas de possíveis significados como afirma Guimarães (2003:41).

[...] é possível notar que uma cor pode nos informar sobre inúmeros fatos. A precisão da informação dependerá, pois da história dessa cor, do conhecimento pelo receptor da informação dessa história e do contexto criado pela apresentação da notícia para 'empurrar' a cor para o significado que se espera que ela venha a formar.

Em meio às cores Pink aparece em vários momentos das cenas com posições corporais simbólicas: ora jogado na água com braços abertos, remete-nos a um crucifixo dando-nos a entender que o sujeito abdicou da vida, houve uma aniquilação da sua relação social transparecendo sua atitude de suicídio. Faz-nos sempre lembrar o que causa seus recalques consciente e inconscientemente: o desejo, sobretudo no que se refere à impossibilidade de completude.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Temos apontado para o fato de que no filme os desejos e outros elementos da consciência e da inconsciência normalmente se encontram em uma expressão musical verbal e imagética. Nesses imbricamentos podemos perceber a presença simbólica dos aspectos afetivos que tecem numerosas analogias com o passado e com o presente vivido.

Na retomada ao passado, a figura do pai ausente se faz presente, na imagem do professor (substituto paterno) embora sádico, poderoso, mas que não passa de brinquedo de sua dominadora mulher, a quem se submete de maneira servil. A memória da escola e das regras que desejam ser rompidas é projetada pelo fogo que simbolicamente consome o rígido sistema educacional.

Ao dizer "não" às regras, Pink diz "sim" à onipotência que só sua relação narcísica com a mãe pode permitir. Mas, da mesma forma que possui um sentimento dual pelo pai, de amor e de ódio (querê-lo perto e não querê-lo), assim também é com sua mãe.

Por um lado, o vínculo com a mãe satisfaz desejos primitivos de exclusividade, ao possibilitar uma reatualização da relação narcísica especular, onde os dois estão fundidos, sem separação. [...] Por outro lado, sua ligação com a mãe impossibilita todas as outras (TELLES, 2012:18-19). O amor e ódio que Pink sente pela mãe são o mesmo que sente pelas suas substitutas, ou mulheres de sua vida.

Nesta pesquisa pudemos observar como as cenas foram se constituindo por meio de relações sociais, históricas, cul-

Linguagens e complexidades na atualidade

turais, políticas e psíquicas e convergindo para uma construção da memória que é constantemente presente na constituição do personagem principal, afetando seu psiquismo.

Por isso, partimos de alguns fragmentos que nos concederam uma licença poética para interpretar as memórias de Pink que apontam para o aspecto cognitivo, que consiste na retenção e na evocação das informações, conhecimentos, acontecimentos, expectativas, conceitos, ideias, sentimentos e outros tantos elementos da narrativa que dão lugar a uma abordagem subjetiva. Abordagem esta que nos permite compreender o significado dos “muros” que construímos, ora servindo para nos proteger ora para nos alienar.

Ao recuperar o passado dos fragmentos, tentamos dar uma ilusão de garantia de sentido para o presente. A fragmentação, visível na estrutura da narrativa, reflete a visão do consciente e do inconsciente e de todo o universo que o personagem está inserido.

É esse indivíduo fragmentado (que também somos todos nós) que se apresenta dividido entre o eu e o outro, que vemos em última instância a característica tão humana, que se refere ao inacabamento e a incompletude. Pela narrativa do enredo fílmico perpassam de forma insinuante os momentos de construção e desconstrução das nossas próprias vidas.

Referências

AUMONT, Jacques; MARIE, Michel. L'Analyse des Films. 2. ed. Nathan, [original, 1988],1999.

_____. A Imagem. 13. ed. Campinas: Papyrus, 2008.

BAPTISTA, André. Funções da Música no Cinema: Contribuições para a elaboração de estratégias composicionais. 2007 Tese de Mestrado (Escola de Música) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

CHION, Michel. La musique au cinema. Paris: Librairie Arthème Fayard, 1995.

FOUCAULT, Michel. Maladie mentale e psychologie. Paris: PUF, 2005.

FREUD, Sigmund. (1916 [1915]) Sobre a transitoriedade. In: FREUD, S. Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, v. 14. Rio de Janeiro: Imago,1996.

_____. (1909 [1908]) Romances familiares. In: Livro IX – Obras psicológicas de Sigmund Freud,

_____. Três Ensaio sobre a Teoria da Sexualidade. In: FREUD, S. Edição Standard das Obras Completas de Sigmund Freud, v. 7. Rio de Janeiro: Imago, 1905/1976.

GARZIA-ROZA, Luiz Alfredo. Introdução à metapsicologia freudiana. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2008.

GUIMARÃES, Luciano. As cores na mídia. São Paulo: ANNABLUME, 2003.

HALBWACHS, Maurice. A memória coletiva. São Paulo: Centauro, 2004.

[illegible]

VANOYE, Francis; GOLLIOT-LÉTÉ, A. Ensaio sobre a Análise Fílmica. Campinas: Papirus, 1994.

ABSTRACT

This study falls within current research on visuality and its transformations by new technologies. The theoretical approach of our work uses the theories proposed by Charles Pierce, Cecilia Salles, Rudolf Arnheim and Fayga Ostrower, dealing with transformation processes that allow the product to develop, modify and transform into a work of art. The study of relations on the shape of the object and its interference in the digital world expands the communicative possibilities of knowledge in the use of digital programs.

KEY WORDS: DIGITAL, PROCESS, PROGRAMS, LANGUAGES.

INTRODUÇÃO

O presente artigo traz as atuais pesquisas sobre a visualidade e suas transformações com as novas tecnologias, nas quais foram estudados artistas que colaboram para a reflexão do assunto e tornam sonoro o vocabulário desenvolvido pela pesquisadora Cecília Salles (2006)³¹, acerca dos processos criativos que são definidos como matrizes geradoras, interação e redes de pensamento em construção. O estudo mostra a análise do percurso criativo de alguns artistas que se propuseram a compartilhar as obras, possibilitou a reflexão sobre o processo e os movimentos de interação e como o conhecimento e a sensibilidade artística possibilitam reconhecer os desdobramentos que antecedem a realização de uma obra. Segundo Salles:

pensar a obra de arte como uma rede de conexões, cuja densidade está estreitamente ligada à multiplicidade das relações que a mantém [...]. Este conceito reforça a conectividade e a prolifera-

³⁰ Faculdade Paulus de Tecnologia e Comunicação

³¹ Cecília Almeida Salles é professora do programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica da PUC/SP e coordenadora do Centro de Estudos em Crítica Genética.

Linguagens e complexidades na atualidade

ção de conexões, associadas ao pensamento em criação e ao modo como os artistas se relacionam com seu entorno. (SALLES 2006:17).

A pesquisa é sustentada pelas ideias de Pierre Levy e Steven Johnson como colaboradores do pensamento técnico e Fayga Ostrower que desenvolveu análises do desenho, todavia são ampliadas por Cecília Salles que, no percurso da obra, os estudos analíticos conectam tais conceitos ao pensamento criativo implicados no desenvolvimento de uma obra de arte.

O PROCESSO DE CRIAÇÃO

Para a Sales (2006), cujas ideias norteiam nosso trabalho, o processo criativo é definido como um percurso de trabalho, onde a criação é uma rede em construção. Ao longo desse percurso, percebemos que toda ação do artista apresenta um propósito e seu resultado leva a outra ação. Cada nova interação amplia o pensamento criativo, pois o artista obtém conhecimento com cada uma delas. O crítico compreende a rede do pensamento do artista ao longo do processo. Nas palavras de Salles,

De modo mais específico, o processo de criação pode ser descrito como um movimento falível com tendências, sustentado pela lógica da incerteza, englobando a intervenção do acaso e abrindo espaço para a introdução de ideias novas. Um processo no qual não se consegue determinar um ponto inicial, nem final. Esse trajeto com tendências incertas e indeterminadas direcionam o artista em sua incansável busca pela construção de obras, que satisfaçam seu grande projeto poético; construção essa, fortemente marcada por questões comunicativas. A busca do artista encontra suas concretizações possíveis, em complexos processos de construções de obras. (SALLES 1998: 27)

O percurso criativo dos artistas analisados possibilita-nos a refletir sobre as interações feitas, escolha do programa digital, maneiras de acessar ferramentas digitais que representam um modo comunicativo perante o meio. Esse conceito é aqui entendido, segundo Salles (2006) em sua obra Redes da Criação, como as singularidades processuais que mostram “as interações entre as escolhas dos procedimentos no processo de construção da obra e a definição daquilo que o artista quer de sua obra” (SALLES; 2006:125).

Linguagens e complexidades na atualidade

No presente estudo, temos o processo de criação compartilhado entre os seguintes componentes: o artista como usuário e manipulador do programa, o conhecimento da Interface Gráfica e a sensibilidade artística no manuseio.

As escolhas surgidas durante todo o processo de criação tais como: as seleções do programa e as ferramentas mais apropriadas ao desenvolvimento, são definidas pela autora que menciona que:

As interações [...] são responsáveis pela proliferação de novos caminhos: provocam uma espécie de pausa no fluxo da continuidade, um olhar retroativo e avaliações, que geram uma rede de possibilidades de desenvolvimento da obra. (SALLES. 2006:27)

Dessa forma, compreendemos que é possível o artista se aproximar do projeto poético, conceito desenvolvido ao final do trabalho. O início da pesquisa, refletindo sobre as matrizes que influenciam na obra de arte, teve como ponto de partida as características do mundo atual que gera outro tipo de ferramenta e, conseqüentemente, um novo campo de trabalho para a interação do artista.

O contexto atual é caracterizado por intervenções tecnológicas que transformaram os meios de comunicação existentes em qualidades digitais, que introduziu um ritmo acelerado de produzir novas linguagens. A transformação dos meios de comunicação em digitais alteraram a nossa linguagem e tornaram complexo o campo das comunicações. O artista, motivado pela investigação e gosto das possibilidades da arte no meio digital, foi desafiado a adequar os propósitos da sua criação e mover-se em direção à criação da obra de arte em novas perspectivas.

O meio digital cria um novo nicho de conhecimento e foco para pesquisa, pois é o responsável pela criação de novos campos de atuação do homem e, portanto, novos campos de trabalho.

A investigação de novas possibilidades para trabalhar com o meio digital é pontuada por Flusser (2012), que mostra que o ser humano possui uma característica funcional. As ferramentas encontradas nos vestígios arqueológicos mostram que o homem criava e utilizava ferramentas para a sua produção e a transformação de materiais, o que significava convertê-lo em algo manufaturado, dar-lhe uma aplicabilidade e utilizá-lo. A existência de um novo meio de ação, proveniente da evolução dos meios de comunicação, surgiu um novo território para atuação do homem, com suas características investigativas, e quando no meio digital, o ser humano o utiliza para criação de novos recursos de produção, pois a rapidez de processamento nos meios digitais é, sem dúvida, extraordinária.

Linguagens e complexidades na atualidade



Johnson (2001) enfatiza que a transformação dos meios de comunicação tornam rápidas as transmissões caracterizando este novo século digital em velocidade elétrica ou velocidade da luz que é a velocidade de compreensão das causas. Salles (2006, p.121) a este respeito menciona que: "os procedimentos cognitivos responsáveis pelo desenvolvimento de uma obra, podem ser vistos como um facilitador de associações, de certa forma externa ao artista. As associações são ideias e criações artísticas conectadas às ferramentas digitais que se movimentam e controlam as ações no ambiente digital.

Ao analisarmos algumas produções gráficas de alguns ilustradores para entender os processos de escolha do meio digital apropriado, foram investigados os softwares: Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e Corel Painter como meios digitais finalizadores do percurso da obra.

O desenvolvimento da obra implica no processo de conhecimento sobre o recurso digital para que o artista possa se movimentar e selecionar ferramentas digitais apropriadas para a criação e desenvolvimento da obra. No processo de conhecimento destaca-se a interação do artista com a Interface Gráfica de cada programa para finalizar o nosso projeto poético. Compreender a Interface Gráfica permite entender a relação que o homem estabelece com a máquina, suas experimentações, pois são superfícies de simulações, originando um lugar onde as potencialidades criativas do ser humano possam se realizar. A interface é o ponto de contato entre o ser humano e a máquina, é onde se dá a relação entre o homem e o espaço digital, gerando nessa troca o ambiente visual e gráfico do meio digital. É, portanto, um espaço comunicativo do homem com o meio digital, onde se encontram as informações digitais fazendo com que o programa responda às necessidades do usuário (JOHNSON, 2001). A Interface é o campo de ação, de investigação do artista para a produção da obra digital.

Para entender como os recursos digitais operam na criação, realizamos a desconstrução dos processos artísticos do desenho, enfatizando detalhes do meio digital e o conhecimento da Interface Gráfica dos programas em estudo.

A restrição produtiva na escolha do software pelo ilustrador, mostrou-se relacionada a propriedades digitais encontradas. Pode-se dizer que o material escolhe o software, pois as propriedades digitais são formatadas para atender uma finalidade específica, no caso do programa Adobe Photoshop, a propriedade da imagem, da fotografia, são os pixels é que associam o trabalho com as intenções do artista. O produto final, a restauração, nos permite dizer que o conhecimento sobre as articulações digitais foram preponderantes na escolha de ferramentas para restabelecer completamente a foto. Por sua vez, o software Corel Painter, permite diferentes comportamentos digitais, possibilitando uma construção que inclua até mesmo romper barreiras digitais.

Linguagens e complexidades na atualidade



Encontrar ferramentas digitais similares ao meio físico foi uma das maneiras de solucionar a problemática que, neste estudo insere-se na ideia de diálogos das linguagens, desenvolvida por Salles (2006, p.95), "como uma relação entre as tramas semióticas dos processos e o modo de desenvolvimento do pensamento de cada indivíduo". No artista, o pensamento criador é organizado pelas linhas, seu movimento significa o questionamento do ilustrador diante da realidade resultando em respostas nos esboços finais: "No caso das artes visuais, os desenhos aparecem em cadernos e anotações de artistas, na maioria dos casos, como concretização do desenvolvimento de um pensamento marcadamente visual." (SALLES; 2006:110). No caso, a possibilidade de conectar as linguagens, linhas de um desenho que são transferidas para o meio digital, significa a associação de habilidades artísticas com as propriedades digitais do software.

Algumas ilustrações podem ser construídas no meio digital a partir das linhas do desenho, estabelecendo um software específico para esta finalidade, o Adobe Illustrator. O trabalho é transformar as linhas feitas no meio físico em linhas digitais do programa, implicando a existência de um diálogo entre o ilustrador e o programa. Diálogos implicam em um conhecimento das ferramentas digitais do programa articuladas com o processo de construção da obra no meio digital. O processo é denominado vetorização e permite a passagem da obra física para o meio digital. Trabalhar, manipular, acertar ou errar, são ações que definem a interação com as propriedades do programa. As especificidades de cada software, suas propriedades acarretam em um funcionamento singular e possibilitam experiências estéticas criativas e novas propostas visuais.

O artista, manipulador da relação entre o homem e a imagem, incorporou a tecnologia como recurso de expressão na sua produção tornando-se um artista digital. O artista acolhe o mundo segundo suas impressões e permite que estas experiências se transformem em parte da obra. A pluralidade de obras no meio digital compõem as direções artísticas, a escolha de caminhos, materiais e formas de atuação de cada artista, caracterizando outras visualidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A desconstrução feita em nosso trabalho permitiu entender os processos envolvidos para criação no meio digital e entender a complexidade da realização da obra. O processo de conhecimento é um ponto fundamental do entendimento desta rede, pois observamos na obra digital pronta e entregue ao público, as ações que são selecionadas indicando o percurso do artista.

Nossas abordagens empreendidas nesta pesquisa podem ampliar os processos de estudo do assunto, na medida em que, certamente, desarticulam as possibilidades apenas técnicas para destacar o entendimento de um processo de construção criativa.

[illegible]

TASSINARI, Alberto. O espaço moderno. São Paulo: Cosac Naify, 2001.

NA LINGUAGEM POÉTICA DE ADÉLIA PRADO A EXPRESSÃO TEOLÓGICA: RELAÇÕES DO EU-LÍRICO COM DEUS.

Marco Antonio Palermo Moretto

“Existe um Deus, tem que existir, e agora vou rezar, vou pedir que ele me perdoe por não ter Lhe dado a devida importância durante todos esses anos, que me perdoe por eu ter traído, mentido e pecado impunemente, e só ter pensado em recorrer a Ele nos momentos de necessidade, pedir-Lhe que seja clemente e misericordioso como o Seu livro diz que Ele é.” (Hosseini, 2005:341)

RESUMO

Pesquisa realizada sobre a questão da experiência humana e sua relação com o sagrado que se expressa nos poemas da escritora brasileira Adélia Prado. O corpus da pesquisa foram 13 poemas. Após a leitura e a análise foram criadas 5 categorias que fundamentam o trabalho a saber: o amor a Deus, o afastamento de Deus, a questão do pecado e do perdão, os conceitos de desolação e consolação e o conflito entre corpo e erotismo nessa relação com a divindade.

PALAVRAS-CHAVE: DEUS, AMOR, AFASTAMENTO, ORAÇÃO, PECADO, PERDÃO, DESOLAÇÃO, CONSOLAÇÃO, EROTISMO.

ABSTRACT

Research about the questions about the human experience and its relation with the sacred expressed in 13 poems of Adélia Prado a Brazilian writer. After the reading of the poems were created 5 categories to analyze: the love for God, the distance of the God, the question of the sin and the forgiving; the desolation, the consolation and the conflict of the eroticism of the body.

Linguagens e complexidades na atualidade

KEY-WORDS: GOD, LOVE, DISTANCE, PRAYER, SIN, FORGIVING, DESOLATION, CONSOLATION, EROTISM.

INTRODUÇÃO

Por que vincular literatura com religião? Essa pergunta vem acontecendo há muito tempo em minha carreira de professor de literatura uma vez que em muitos textos poéticos a religiosidade aparece como manifestação do eu-lírico. Lecionando as escolas literárias pode-se perceber que muitos poetas colocaram seus sentimentos religiosos de forma harmoniosa ou mesmo conflitante em seus textos.

Uns são de devoção como no caso de Padre Anchieta em seu belíssimo Poema à Virgem Maria, outros são inquietantes como Gregório de Matos Guerra, ou até irônicos como Carlos Drummond de Andrade em seu poema Romaria. Bem, de uma forma ou outra, Carvalho (2004) afirma que: embora a religião e a literatura sejam universos bastante distintos, ambos se enraízam na mesma camada profunda da experiência humana.

Essa experiência humana da religião pode nos levar à literatura, porque a experiência pode nos conduzir a uma necessidade divina, adorar Deus é inerente ao homem desde que este surgiu no planeta e a adoração pode tornar o homem pleno e também salva-lo de tantas agruras.

Ao ingressar no universo literário e de sua possível ligação com a religião, encontramos em Adélia Prado um exemplo vivo dessa relação. Ela recorre em seus poemas ao contexto divino e nesse sentido os objetivos desse trabalho são apontar os momentos nos quais ela demonstra sua experiência como poeta e sua relação com Deus em cinco pontos: a questão do eu-lírico e o amor; o problema de estar afastado de Deus; pecado e perdão; desolação e consolação e por fim o corpo erótico.

É importante observar que Adélia Prado é uma artista, a artista da palavra escrita, a escrita poética e como tal

Para Baggio (1974), o poeta é um ser angustiado, faz muitas interrogações sobre a vida, é ansioso, tem intuições, e dentro de tudo isso tem muitas inspirações, procura escrever o belo, está sempre mergulhado na verdade, não pode afastar-se dela, senão seus versos ficam falsos e não revelam a força do eu-lírico. O poeta grita quando tudo se cala e assim constrói versos com ritmo, elegância e espírito. Para o autor, a literatura é religiosa pois nos coloca em contato com as raízes da experiência.

O poeta tem necessidade de dizer, de falar, de se expressar, Adélia faz isso, tem necessidade de transmitir aquilo que realmente sente e poder entender o mundo. O poeta, tem necessidade de dizer, fazer versos é sentir, testemunhar, anunciar, pregar, tomar posição frente à realidade do homem. Depois nos mostra essa descoberta. É um verdadeiro combate da pela

Linguagens e complexidades na atualidade

busca da palavra. Ou como muito bem afirma Baggio (1974), fazer poemas é dar à luz o que há dentro da alma.

Assim é Adélia e veremos em trechos de seus poemas as facetas de um eu-lírico que se fragmenta em vários textos indagando, se dirigindo e também se misturando com a divindade, uma divindade que muitas vezes só observa, fica esperando as manifestações líricas que produzem verdadeiras obras-primas da literatura brasileira.

O corpus que será analisado na presente pesquisa são trechos dos seguintes poemas: Portunhol, Citação de Isaías, Amor, A filha da Antiga Lei, Órfã na Janela Instância, Impropérios, O Poder da Oração, A Face de Deus é Vespas, A Poesia, a Salvação e a Vida, A Carne Simples, O Modo Poético e A Maçã no Escuro.

1. "NINGUÉM DISCORDARÁ QUE DEUS É AMOR"

(Poema Portunhol da obra Oráculos de Maio)

A relação espiritual com algum tipo de divindade revela que precisamos estar ligados a algo transcendente, a algo que supera nossa condição de simplesmente sermos humanos como se após a morte do corpo físico tudo acabasse. Somos seres espirituais e à medida que vivemos em um mundo que parece voltar-se apenas ao material surge muitas expectativas e desejos de conservar essa ancestral vontade de conexão com o que é divino, sobrenatural.

Existem muitos caminhos para isso, alguns rezam, outros se entregam à religiões variadas, e outros voltam-se a Deus por meio de textos, e como no nosso caso, a arte poética pode significar essa ponte.

Como afirma Kearns (1999), pode existir um processo de namoro entre Deus e uma pessoa, um processo que cria intimidade, amor, salvação e graça. Nessa relação espiritual, é possível um diálogo com Deus. É possível amar e também ser amado. Surge uma aliança maravilhosa que pode nos aproximar da divindade. "Toda espiritualidade é um processo de namoro entre um Deus amante e seu consagrado amado." (Kearns, 1999: 101)

O poema de Adélia Prado, intitulado Citação de Isaías, estabelece uma relação de amor com Deus que pode ser representado por alguém, então amar alguém é amar a Deus, eis a resposta:

"A matéria de Deus é seu amor.

Sua forma é Jonathan,

O que dói e perece

Linguagens e complexidades na atualidade

E me diz, com tremor da criação inteira:

És preciosa aos meus olhos,

Porque eu te aprecio e te amo,

Permuto reinos por ti’.

(Do poema Citação de Isaías- Poesia Reunida,1991:407)

Observando o poema, pode-se notar que Deus é feito de amor, segundo Adélia Prado, mas pode ser uma pessoa, ela ama Deus por meio de alguém, o amor torna-se mais concreto e ao mesmo tempo espiritual. Assim, a poetisa expressa que está ligada a Deus pelo amor, um de Seus atributos essenciais, pois muitas palavras do Evangelho citam o amor como uma das características principais do estilo cristão de vida.

Para expressar essa questão do amor, ela recorre à intertextualidade, citando , como ela mesma diz, Isaías. Parafraseando o profeta, ela se torna preciosa aos olhos do amado, aos olhos de Deus. É possível perceber que muitas bênçãos recaem nessa relação de amor: salvação, graça, felicidade. Ela está inserida na comunidade do amor, está ligada a Deus por ele, mesmo que seja por meio de uma outra pessoa. Podemos observar neste outro poema, o significado que ela dá ao amor em seu texto “Do amor”.

“Amar é sofrimento de decantação,

Produz ouro em pepitas,

Elixires de longa vida,

Nasce de seu acre

A árvore da juventude perpétua,

É como cuidar de um jardim,

Linguagens e complexidades na atualidade

Quase imoral deleitar-se

Com o cheiro forte do esterco,

Um cheiro ruim meio bom,

Como disse o menino

Quanto a porquinhos no chiqueiro.

É mais que violento o amor.

(Do poema Amor , da obra Oráculos de Maio, 1999:31)

Para a autora, o amor é purificação, é valorizado(ouro), torna a pessoa que ama um ser de longa sobrevivência, apesar de conflitante, agradável, e em relação a isso, é importante observar o que diz Canalle

“Adélia” Prado é a escritora da observação. É um ser posto no mundo sentado à porta de seu quintal (...) Adélia sempre se maravilhará com o que vê: seja dor, seja alegria. (...) aquilo que nos é dado ler, ou seja, a arte de que ela é instrumento, são flagrantes desse instante de lucidez denominado momento poético.”

2. “DEUS NÃO ME DÁ SOSSEGO. É MEU AGUILHÃO”

(Do poema A filha da antiga lei – da obra Poesia Reunida)

Assim como estamos ligados a Deus por meio do amor, seja um amor espiritual ou mesmo amando alguém que é a representação do amor divino por ser uma pessoa, que significa amar a Deus por meio de um ser humano e ficar em comunhão com Ele e assim tudo está bem. Mas e quando ocorre o contrário? É possível um afastamento de Deus? É claro que sim, pois somos humanos e imperfeitos, surge então o problema da angústia, de um sentimento que nos coloca em conflito com a divindade, principalmente quando nossa fé fica abalada, com tantos acontecimentos dolorosos, fica um questionamento sobre a existência e até da relação que temos com Deus. A poesia poderá expressar essa situação.

A relação poética de Adélia Prado com Deus passa por outros caminhos, além do amor, da paixão e da relação espiritual de comunhão. Embora em muitos poemas, a autora venera e inclui Deus em seu cotidiano, é no aspecto de conflito que

Linguagens e complexidades na atualidade

muitos outros textos se estabelecem, o conflito do amor, do corpo, do pecado, de uma baixa auto-estima, podemos ver que o sofrimento e a dor permeiam em muitos textos da autora em questão.

“Pode também faltar em nossa vida a disciplina, que nos torna sensíveis à presença de Deus em nossa vida. Usamos Deus, ao invés de amá-lo em nossa vida. Quando precisamos de Deus nós o buscamos, mas logo depois o descartamos porque já não precisamos dele. Essa é uma busca totalmente egoísta de Deus. Não há amor. Deus é mais um produto para o nosso consumismo. Há somente interesse pessoal. Orgulho e egoísmo fecham o círculo e Deus não pode entrar. Deus fica marginalizado. ” (idem:107).

A obra de Adélia Prado não fica centrada apenas no conflito da separação entre ela e Deus, quando nos referimos a ela, podemos fazer valer a sua representação da humanidade, ou seja, ela nos representa quando fica angustiada por estar longe de Deus, também ficamos no momento que esse sentimento nos assola, a representação poética é muito importante uma vez que o eu-lírico faz com que nos sintamos como ela, um processo catártico de associação por semelhança. Somos Adélia, Adélia é nós. Por isso quando percebemos um conflito de afastamento de Deus, podemos sofrer como ela. Essa situação fica evidente em muitos textos. Essa é uma qualidade fundamental de sua obra, nos colocamos no lugar dela e passamos a refletir, ela nos dá a pista, e nós a seguimos, muitas vezes agindo como ela.

“Estou com saudade de Deus,

Uma saudade tão funda que me seca.

Estou como palha e nada me conforta.”

(Do poema Órfã na Janela – Poesia Reunida, 1991: 213)

No trecho desse poema, podemos ver claramente a posição de distância que o eu-lírico apresenta em relação a Deus, ao dizer que está com saudade, ele afirma sua separação do transcendente, pois só estamos com saudade quando estamos longe de alguém ou de algo. A saudade expressa nesse texto é funda, e torna o eu-lírico seco. É interessante perceber o uso lexical de “seco”, pois essa palavra significa algo sem umidade, sem água, que é a fonte da vida, sem a qual não vivemos. A

Linguagens e complexidades na atualidade

saudade seca o eu-lírico. Assim, como afirma Grün (2005:21), “ Não foi Deus que se afastou das pessoas, mas sim as pessoas que se afastaram de Deus .”

3. EU COMETI PECADOS... MAS EU PEÇO PERDÃO.”

(Do poema Instância da obra Poesia Reunida, 1991: 230)

A mais famosa e importante questão da religião católica é o pecador. Em todos os sentidos, quem peca se afasta de Deus, fica longe de seu amor, de sua misericórdia e também da comunidade que é feita, logicamente por católicos que também estão ligados a Deus. Se alguém rompe com esse elo, não rompe somente com Deus, mas com as pessoas que fazem parte dessa reunião religiosa. Grande parte do pensamento da cristandade está apoiada na dicotomia –pecado e perdão. Se alguém errou, é preciso reconhecer sua culpa e pedir perdão, uma vez perdoado, a inserção na comunidade é novamente feita. E o que dizer dos poemas de Adélia Prado que falam do pecador, do pecado e do perdão. Podemos dizer que são textos profundos que nos colocam na questão da reflexão: não é bom pecar, pois ficamos afastados de Deus e sujeitos a diversos males.

“O pecado é um comportamento, um gesto, uma ação pessoalmente decidida em contraste com aquele que se percebe tratar-se de um valor moral, isto é, um imperativo de algum modo absoluto – você não deve fazer isto, você não pode fazer isto – ao contrário de: você deve fazer isso em vez daquilo, não será você mesmo se fizer assim. Seria você mesmo se fizesse deste modo”.(MOIOLI, 1999:33)

Segundo o autor citado acima, o pecado é algo que não poderíamos fazer, uma vez que existem leis e preceitos que determinam o que pode o que não pode ser feito. Quando o pecado é realizado, muitos conflitos surgem na alma de quem o praticou. O eu-lírico, cristão por excelência também sofre com os pecados:

“A tão criticável tristeza

E seu divisível ser

Pelejam por abotoar em mim

Seu colar de desespero.”

Linguagens e complexidades na atualidade

(Do poema Instância, Poesia Reunida, 1991:230)

Segundo Grün (2005), muitos pecados não são necessariamente atos contra Deus e sim momentos de fraqueza, ou seja, há uma influência muito grande dos nossos sentimentos sobre o que fazemos, principalmente as paixões que nos cegam e nos deixam presos apenas ao que sentimos sem fazer uma alusão ao divino, aquilo que foi determinado.

O pecador, pode, porém pedir perdão e reconciliar-se com Deus como afirmam as Sagradas Escrituras. Afinal, como afirma Grün (2005:127) somos

“criaturas imperfeitas, fracas, incoerentes e pecadoras, mas com um coração imenso que quer amar a Deus totalmente. Nunca devemos ter medo de ficar diante de Deus como somos. Nosso passado nunca deve ser obstáculo para nosso presente. Não precisamos esconder nada de Deus. Só assim Deus pode chegar perto de nosso verdadeiro ‘eu’, para consolar, amar e chamar à conversão. Vamos descobrir que o amor de Deus é graça. Que Deus nos ama porque quer nos amar e não porque sejamos bons.”

Uma vez assumido o pecado, basta pedir perdão e voltar à vida normal, e é nesse sentido que o eu-lírico se apresenta:

“Me estende Senhor Tua mão de ferreiro

Que segura trens e navios,

Puxa pelo nariz os aviões.

Que boa é a vida se não me abandonas,

Um violino muito ao longe chora,

Silente e vagarosa chega a noite.

A hora, o açoite, que valem?

Se Vos tenho a meu lado, ó meu Pastor.”

(Do poema Impropérios, Poesia Reunida, 1991:216)

Tendo em vista a expressão do eu-lírico é possível entender que não há liberdade na relação com Deus, e como afirma Grün (2005), não houve espaço para Deus entrar agora na vida do poeta pois houve egoísmo, orgulho. Depois um momento de reconciliação e a alegria de voltar ao convívio divino. A vida torna-se boa novamente quando Deus não abandona o poeta. No poema acima, o prazer de ter Deus ao lado, de uma maneira segura. Um outro momento de intertextualidade, "Se o Senhor é meu pastor, nada me faltará." Ou ainda, "Se Deus está ao meu lado, o que temerei?"

Por fim, Adélia experimentou o lado do pecador que se afastou de Deus, mesmo no sofrimento, houve a percepção de que ficar longe da divindade traz conseqüências negativas e dolorosas para quem está nessa situação, depois, um momento de reconciliação, é preciso voltar ao contexto de harmonia e paz. Assim, como afirma BOFF (2002) Deus foi experimentado, em diversas situações da vida, em cada detalhe da vida pessoal e este detalhe foi a relação do pecado com o perdão, vivenciado pelo eu-lírico.

4. "EM CERTAS MANHÃS DESREZO... A VIDA HUMANA É MUITO MISERÁVEL."

(Do poema O poder da oração, de Poesia Reunida, 1991: 231)

A questão que se apresenta agora é a distância de Deus causando sofrimento ao eu-lírico. Para entender esse assunto, é preciso recorrer aos conceitos de desolação e consolação que são muito pertinentes para nossa reflexão sobre a poesia de Adélia Prado. É muito importante entender esses conceitos para conectá-los com os poemas. Segundo Mondoni (2000:106)

desolação espiritual é a experiência da distância de Deus, o movimento interior de isolamento e separação de Deus, é falta de fé, esperança e caridade: um voltar-se sobre si mesmo. Significa depressão e trevas, com múltiplas faces, a depressão tornasse espiritual quando o âmbito religioso é atingido, quando nossa relação com Deus, nossa fé e confiança nele, nosso amor aos outros, se encontram perturbados. Seus reflexos são: obscuridade (não se sabe por onde ir adiante), confusão, tristeza deprimente, inquietação (escrúpulos, medos, ansiedades), visão tétrica da vida, fascínio pelas certezas sensíveis (os pensamentos espirituais perdem consistência e interesse; inclinação interior a apoiar-se somente em seguranças materiais e meios humanos; redução da vida cristã a valores culturais e políticos), perda de confiança ou de esperança (não se experimenta mais o

Linguagens e complexidades na atualidade

sustento da presença de Deus; crê-se separado de Deus, ou rejeitado por Ele)”

Fica claro que o processo de desolação traz muito sofrimento ao religioso, à pessoa que estava acostumada com a presença de Deus em sua vida, e esse afastamento relega o ser a sentimentos tão negativos e prejudiciais que podem causar profunda depressão como explica Mondoni. Quando acontece isso, como resolver? Uma das maneiras é a representação poética. Adélia Prado, quando se sente desolada escreve, e seus poemas podem oferecer a nós leitores, a catarse. Sofrimento, o poema revela a tristeza.

Ó Deus, podemos gemer sem culpa?

Desde toda a vida a tristeza me acena,

O pecado contra Vossa Espírito,

Que é espírito de alegria e coragem

Acho bela a vida e choro

Porque a vida é triste...

(Do poema A face de Deus é vespas –Poesia Reunida, 1991:249)

Desolação, condição de quem está afastado de Deus, que segundo Catalan (2001) torna a alma obscura, sem luz, perturbada, sem paz, sujeita à várias tentações e nesse sentido a pessoa perde a confiança em si, fica sem esperança, não tem mais amor, a alma torna-se preguiçosa, débil. A visão do mundo e da vida fica estreita, e então o ser começa a recair-se sobre si mesmo, pensa só em si, tudo fica distante. Um passo para a depressão.

Mas a grande questão que temos que tratar é: será possível sair desse estado, a resposta é sim, pois há a consolação. Catalan (2001) cita Santo Inácio ao afirmar que o consolo é um espécie de alegria, uma intensificação da fé, da esperança, surge novamente um amor inflamado por Deus, um atração pelas coisas do céu e um processo de reconciliação tem início.

Consolação espiritual é a experiência da presença de Deus (interior e inconfundível), é um movimento interior de comunhão com Ele, é um dom de Deus em nosso interior, uma comunhão de seu amor, vitalidade, reconforto, tenacidade, ge-

Linguagens e complexidades na atualidade

rados pelo crescimento na fé, esperança e caridade. Reflexos: paz (tranquilidade nascida da sintonia profunda entre nossas disposições e vontades de Deus), alegria (gosto de coisas divinas, lágrimas, sensação de possuir-se, de plenitude, de doação.

Aquele que estava afastado de Deus, começa um caminho de retorno a Ele. E um sentimento de paz, de revalorização do ser também se inicia, é como um processo de recuperação. O doente precisa se convalescer após algum tipo de doença, o ser religioso também e isso traz uma grande alegria, pois é o retorno ao universo divino, à comunidade de todos os crentes. Nos abrimos a Deus, alargamos nossos horizontes. Esse processo de desolação/consolação pode ser até mesmo uma provação de Deus. “‘As vezes Deus nos prova para saber quanto valemos privados do ardor e da alegria(...) a consolação é um dom de sua graça. (pág.107)

(...) Eu não sei o que é,

mas sei que existe um grão de salvação

escondido nas coisas deste mundo.

Senão como explicar:

O rosto de Jesus tem manchas roxas,

Reluz o broche de bronze

Que prende as capas nos ombros dos soldados romanos.

(Do poema A Poesia, a salvação e a vida, da obra Poesia Reunida, 1991:218)

Em muitos textos que falam sobre desolação e consolação ficou claro que a desolação é um estado passageiro, e necessidade de insistir na oração é muito grande, ter paciência e em certo momento adquirimos força para voltar à situação restauradora divina. Esse pensamento fica muito claro no poema – O poder da oração – no momento em que a autora diz: Quando em certas manhãs desrezo, é por esquecimento, só por desatenção.

Após os conflitos existenciais voltamos ao processo de comunhão com a divindade. E respeitando as Escrituras que afirmam que Deus é Pai, que perdoa, que é misericordioso e que sempre nos aceita, de pecadores que passamos à condição

Linguagens e complexidades na atualidade

humana de fragilidade até mais confiantes e podermos ter paz novamente.

5. "NA CAMA LARGA E FRESCA...UM APETITE DE DESESPERO NO MEU CORPO"

(Do poema A carne simples da obra Poesia Reunida, 1991:223)

O que dizer da poetisa conservadora que ora se afasta de Deus, ora pede seu perdão e se reconcilia com ele e depois sente que seu corpo também tem desejos e que não pode ficar separada do erotismo inerente a ele? O conceito religioso medieval atribuiu ao corpo o centro do pecado. Mal visto, ele era a representação demoníaca, sujeita à condenação eterna caso os desejos superassem a fé. Essa idéia ficou muito enraizada nos conceitos religiosos que tratam do corpo, principalmente no que se refere ao erótico, ao carnal, ao desejo propriamente dito.

Julgamos ser necessário uma demonstração do processo poético ligado ao erótico. Entrar nesse contexto pode ser perigoso para nós, pois em muitos poemas há o conflito entre corpo e alma que tem seus ecos em muitos momentos históricos como o Barroco por exemplo. E, se Deus fez o corpo do jeito que é, por que deve-se rejeita-lo.

Segundo Steiner (2005:100-105)

Deus é percebido como entidade que abençoa os desejos do corpo, revertendo a premissa cristão na qual a virgindade é que vence a morte. Aqui o sexo vence a morte e dá renascimento à vida (...) O erotismo presente na poesia de Adélia Prado pertence tanto ao imaginário livre, à festa, à representação, como ao universo do proibido, a culpa e o pecado nele inscritos pelo cristianismo. (...) É, portanto, na poesia que Adélia Prado descobre a via de um erotismo mais livre, um desejo de mulher capaz de se colocar de maneira direta e sem subterfúgios. É nesta expressão erótica que ressalta, a particularidade do catolicismo que pratica (...) Através do elemento erótico-religioso em sua poesia, Adélia entra em contato com o feminino reprimido da psique, sem afastar-se da religião mesmo que o condenou, mas reestruturando a imagem católica de mulheres assexuadas, para outra, dona de sua capacidade de sentir e expressar o desejo sexual. Não por acaso, ela repete sempre que (...) a salvação dela está na poesia. É ali, através das palavras transmutadas em imagens, em cenas, em metáforas, em sonhos, desejos e visões, que uma realização acontece. E esta não é vaga, ilusória, superficial, mas capaz da alquimia dos sentidos, dos sentimentos, da

Linguagens e complexidades na atualidade

compreensão última de sua vida.

Segundo a autora, Deus não condena o sexo, ou seja, é um projeto de vida, até o próprio nascimento é visto assim, e dessa maneira Adélia Prado pode perceber isso, e também cair na culpa inerente a ele. Afinal ela é mulher e seu estado feminino pode permitir essa relação. Ela não permite que seu corpo fique assexuado e mostra isso em seus poemas.

Pode-se compreender de novo

Que esteve tudo certo, o tempo todo

E dizer sem soberba ou horror:

É em sexo, morte e Deus

Que eu penso invariavelmente todo dia.

É na presença d'Ele que eu me dispo

Emuito mais, d'Ele que não é pudico

E não se ofende com as posições no amor.

(Do poema O modo poético, da obra Poesia Reunida, 1991: 79)

O pensamento do sexo, a sua relação com o corpo, a observação de que corpo é humano e foge às vezes a compreensão da alma. Podemos observar nesse outro poema, a percepção do erotismo em Adélia Prado:

Meu sexo, de modo doce,

Turgindo-se em sapiência,

Pleno de si, mas com fome,

Em forte poder contendo-se,

Iluminando sem chama a minha bacia andrógina.

(Do poema A maçã no escuro, da obra Poesia Reunida, 1991: 184)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo dessa pesquisa foi mostrar as experiências vividas pelo eu-lírico em 13 poemas. Essas experiências que são subjetivas foram demonstradas nos poemas em cinco categorias. Cada categoria demonstrou como há uma relação muito forte entre o eu-lírico e Deus. O Deus da tradição católica. A primeira categoria nos mostrou a condição do amor, é possível amar a Deus com muita força e profundidade, e esse amor pode ser demonstrado não apenas à divindade, mas também por meio de um ser humano, uma representação divina. O amor pode estabelecer um vínculo muito forte e vivido com intensidade, isso nos aproxima de Deus e também nos inclui em uma grande comunidade, na qual muitas pessoas estão envolvidas: a comunidade cristã. Torna-se parte de um todo, não há isolamento, nem aflição, nem angústia, é maravilhosa essa situação de integração entre o eu-lírico e Deus, é a paz espiritual, a felicidade, porém isso pode mudar se o eu-lírico afastar-se de Deus, é o que mostrou a segunda categoria por nós estudada, quanto sofrimento há quando surge a distância, o afastamento, uma vez que a situação de paz, de alegria torna-se em uma situação de tristeza, o eu-poético fica mergulhado no vazio.

Em artigos publicados anteriormente, como afirma Moretto (2000 a,b,c,d), as relações entre o eu-lírico e Deus sofrem abalos consideráveis quando este afasta-se da divindade que tanto o consolou, amou e acolheu nesse universo de proteção e amor, porém nem sempre essa situação fica mantida. O fato é que sempre há rompimento e mudança nas relações afetivas, mesmo em se tratando de relações religiosas, um dia estamos conectados, outros não. Um dia Deus é tudo em nossas vidas, em outros a sombra da falta de fé e desconfiança nos assola.

Uma das manifestações desse afastamento é o que nos mostrou a terceira categoria, a questão do pecado e do perdão, assuntos tão polêmicos e discutidos desde a presença de Jesus Cristo na Terra. Vimos que tormento é para o eu-lírico o fato de que o pecado o afasta de Deus, é um passaporte para o sofrimento, para a angústia, e para o isolamento da comunidade cristã como disse acima.

Houve um pecado, houve um rompimento desse paraíso e o mergulho na crise de fé e existencial. A quarta categoria fez uma conexão pertinente entre a questão do pecado, do perdão: a presença da desolação na alma torna tudo sombrio e sem perspectivas, mas há uma esperança, o perdão e por consequência a consolação que é o voltar à condição de felicidade

Linguagens e complexidades na atualidade

estabelecida pela divindade, a tempestade passou, agora é a hora de ventos alegres e felizes.

Por fim, a última categoria nos trouxe a questão do corpo e seu desejo erótico, afinal o eu-poético que se faz mostrar é a essência feminina. Uma essência que vive também um conflito, uma vez que a Igreja preconizou que o desejo do corpo pode ser visto de uma maneira pecaminosa desde seus primórdios. Um combate, uma luta entre o que o corpo quer e o que a alma revela. Um comportamento barroco, uma cisão entre a carne e o espírito.

Assim foi realizada essa pesquisa, que centralizou-se nos poemas da escritora brasileira Adélia Prado e suas experiências com o religioso católico, concluímos que a literatura apoiada em pensamentos religiosos pode nos oferecer textos brilhantes, criativos, com grande riqueza artística que envolve o uso da palavra. Saímos da literatura devocional que contempla a divindade para entrar na literatura que expõe os questionamentos do ser que está voltado para o sagrado sem esquecer de que é humano.

REFERÊNCIAS

- BAGGIO, Hugo D. A experiência de Deus no poeta IN: BETTO, L. et alii. Experimentar Deus hoje. Petrópolis, RJ: Vozes, 1974.
- BOFF, Leonardo. Experimentar Deus: a transparência de todas as coisas. Campinas: Verus, 2002.
- CANALLE, Cecília. Inspiração divina e inteligência humana na obra de Adélia Prado- um estudo sobre sua obra recente (artigo da internet)
- CARVALHO, Maria Teresa. Literatura e Religião: três momentos de aproveitamento do Novo Testamento na literatura portuguesa. São Paulo: Terceira Margem, 2004.
- CATALAN, Jean-François Depressão e vida espiritual. São Paulo: Paulinas, 2001
- GRÜN, Anselm. Perdoa a ti mesmo. Petrópolis, RJ: Vozes, 2005
- HOSSEINI, Khaled, O caçador de pipas. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2005.
- KEARNS, Lourenço. A teologia da vida consagrada. Aparecida, SP: Editora Santuário, 1999-(Coleção Claustro;4)
- MOIOLI, Giovanni. O pecador perdoado: itinerário penitencial do cristão. São Paulo: Paulinas, 1999 (coleção-Sacramento e Vida)
- MONDONI, Danilo. Teologia da Espiritualidade Cristã. São Paulo: Loyola, 2000
- MORETTO, Marco Antonio Palermo. A oposição de sentidos na poesia de Adélia Prado. IN: Revista Lúmen no 12 – Junho de 2000. São Paulo: Instituto Seminário Paulopolitano (UNIFAI), 2000.-a
- _____. Adélia Prado: Entre o céu e a Terra – o registro do conflito no poema Instância. Caderno UNIABC de Letras. Ano II. Número 24, 2000. Santo André: Editora da Universidade do Grande ABC, 2000.-b

----- Leitura em sala de aula: a construção do sentido do poema "Instância" de Adélia Prado
- uma experiência com alunos da rede pública. IN: Revista de Estudos e Comunicações Lúmen - volume 6 - número 13, novembro de 2000. São Paulo: Instituto Seminário Paulopolitano (UNIFAI), 2000. - d

STEINER, Neusa Cursino dos Santos – Um poder infernal: a poesia de Adélia Prado – Dissertação de Mestrado – PUC-SP – 2005.

Pela ordem em que aparecem no artigo:

1. Portunhol (Oráculos de Maiôs)
2. Citação de Isaías (Poesia Reunida)
3. Amor (Oráculos de Maio)
4. A filha da antiga lei (Poesia Reunida)
5. Órfã na Janela (Poesia Reunida)
6. Instância (Poesia Reunida)
7. Impropérios (Poesia Reunida)
8. O poder da oração (Poesia Reunida)
9. A face de Deus é vespas (Poesia Reunida)
10. A poesia, a salvação e a vida (Poesia Reunida)
11. A carne simples (Poesia Reunida)
12. O modo poético (Poesia Reunida)
13. A maçã no escuro (Poesia Reunida)



RESUMO

Na canção Sampa, Caetano Veloso retrata sua impressão sobre a cidade em que seu traço subjetivo aponta para uma objetividade em comum: São Paulo como um espaço múltiplo que transita entre encanto e desencanto.

Algumas dessas manifestações que hoje nos proporciona (des)encantamento podem ser vistas através do grafite ou da pichação que possuem a paisagem urbana como suporte. Ambas subvertem valores e apresentam-se de modo efêmero no cenário contemporâneo.

De alguns anos pra cá, o grafite atravessou o muro da cidade e adentrou nos museus, várias exposições focaram o grafite como tema a ser exibido: Vertigem (2009) – OsGêmeos - FAAP; De dentro para fora / de fora para dentro (2009) – MASP, De dentro e de fora (2011)- MASP. E, em 2013 no MAM, Alex Vallauri: São Paulo e Nova York como suporte.

Assim a proposta deste trabalho se insere em pensar nessa relação de trânsito que grafite trafegou: como arte exposta no espaço da rua e como arte exposta no espaço de um museu.

PALAVRAS CHAVE: GRAFITE, CIDADE, SÃO PAULO, ARTE, MUSEU

Linguagens e complexidades na atualidade



Linguagem
Identidade
Sociedade



Estudos sobre a Mídia

ABSTRACT

In the song Sampa , Caetano Veloso depicts his impression of the city in which their subjective objectivity points to a trait in common : São Paulo as a multiple space that transitions between charm and disenchantment .

Some of these manifestations that today gives us (dis) enchantment can be seen through graffiti or possessing graffiti urban landscape as support . Both subvert values and present is so fleeting in the contemporary scenario .

A few years there , the graffiti across the city wall and entered the museums , various exhibitions focused graffiti theme to be displayed : Vertigo (2009) OSGEMEOS - FAAP ; Inside out / outside-in (2009) - MASP , from within and without (2011) - MASP . And more recently , in 2013 at MAM , Alex Vallauri : Sao Paulo and New York as support .

Thus the aim of this work is part of this relationship thinking that graphite traffic driving the machine: as shown on the street space and exposed as art within a museum.

KEYWORDS: GRAFFITI, CITY, SAO PAULO, MUSEUM

“Alguma coisa acontece no meu coração

Que só quando cruza a Ipiranga e a avenida São João

É que quando eu cheguei por aqui eu nada entendi

Da dura poesia concreta de tuas esquinas

Da deselegância discreta de tuas meninas

...

Linguagens e complexidades na atualidade

Quando eu te encarei frente a frente não vi o meu rosto

Chamei de mau gosto o que vi, de mau gosto e mau gosto

É que Narciso acha feio o que não é espelho

...

E foste um difícil começo

Afasta o que não conheço

E quem vem de outro sonho feliz de cidade

Aprende depressa a chamar-te de realidade..."

Na canção Sampa, Caetano Veloso retrata sua impressão sobre a cidade em que seu traço subjetivo aponta para uma objetividade em comum: São Paulo como um espaço múltiplo que transita entre encanto e desencanto.

Algumas dessas manifestações que hoje nos proporciona (des)encantamento podem ser vistas através do grafite ou da pichação que possuem a paisagem urbana como suporte. Ambas subvertem valores e apresentam-se de modo efêmero.

Esses sentidos: o da subversão e o da efemeridade dialoga com a dinâmica do urbano.

O trânsito, o ritmo das pessoas andando nas ruas, essas questões, são temas das grandes cidades que se articulam com a transformação do espaço social. E diante da fugacidade do ritmo transformativo, essas expressões deixam suas marcas na cidade por um determinado tempo.

Essa é a forma característica de uma cidade moderna, e, São Paulo, não foge a regra. Ao mesmo tempo em que a cidade abarca diferentes "tribos", nacionalidades e culturas ela deixa estampada sua identidade cultural que é a de ser cosmopolita. Deixando registrado um estilo de ser e de viver na cidade atrelada ao ar de "moderno"

Esse ar dissonante que a cidade possui tanto pode encantar como desiludir, do mesmo modo, pode-se estabelecer aproximações e distanciamentos entre Grafite e Pichação. Muitos atrelam ao grafite às artes; a Pichação à escrita; ou seja, a primeira à imagem e à segunda a letra. Ou ainda, o grafite como arte urbana enquanto que a pichação como algo feio, as-

[illegible]

Enquanto, o grafite ganha status recebendo significado artístico em museus, passa também por uma ótica do capital, enfeitando paredes de grandes escritórios, casas de colecionadores, compondo anúncios e sendo usado como estampas

The word cloud features the following terms:

- Contemporary Art & Culture:** arte contemporânea, arte, cultura, contemporaneidade, atualidades, atualidade.
- Media & Communication:** mídia, comunicação, expansão, tecnologia, identidade.
- Social & Cultural Concepts:** sociedade, comunidade, diversidade, inclusão, transformação, inovação, criatividade, experimentação, pesquisa, reflexão, diálogo, interação, participação, engajamento, responsabilidade social, sustentabilidade, ética, transparência, acessibilidade, universalidade, pluralidade, multiculturalismo, interculturalidade, globalização, internacionalização, transnacionalidade, transculturalidade, hibridismo, mestiçagem, sincretismo, fusão, mistura, interseção, convergência, integração, harmonização, equilíbrio, equilíbrio dinâmico, adaptação, resiliência, flexibilidade, adaptabilidade, capacidade de resposta, agilidade, eficiência, eficácia, efetividade, impacto, influência, relevância, importância, significado, valor, qualidade, excelência, perfeição, maestria, domínio, expertise, conhecimento, sabedoria, inteligência, compreensão, entendimento, insight, percepção, consciência, atenção plena, mindfulness, presença, foco, concentração, dedicação, comprometimento, responsabilidade, accountability, prestação de contas, transparência, abertura, honestidade, sinceridade, autenticidade, integridade, coerência, consistência, continuidade, permanência, durabilidade, longevidade, legado, herança, tradição, patrimônio, memória, história, ancestralidade, raízes, origem, fonte, base, fundamento, alicerce, pilar, coluna, suporte, estrutura, framework, modelo, padrão, norma, regra, lei, princípio, diretriz, orientação, guia, manual, livro de regras, código de conduta, política, protocolo, procedimento, processo, fluxo, ciclo, etapa, fase, estágio, nível, grau, escala, dimensão, amplitude, abrangência, alcance, extensão, cobertura, penetração, saturação, incidência, frequência, regularidade, periodicidade, ritmo, cadência, sincronia, harmonia, equilíbrio, proporção, medida, quantidade, volume, intensidade, magnitude, escala, dimensão, amplitude, abrangência, alcance, extensão, cobertura, penetração, saturação, incidência, frequência, regularidade, periodicidade, ritmo, cadência, sincronia, harmonia, equilíbrio, proporção, medida, quantidade, volume, intensidade, magnitude.

Assim, a arte deve ser pensada num diálogo com a história, e o que assistimos hoje em São Paulo: a rua como um espaço múltiplo: pessoas trabalhando, passeando, dormindo, carros parados e em movimento, publicidade, lixo, barulho. Tudo isso é colocado por esses artistas que deixam traços dessa contemporaneidade. Nesse sentido, o grafite e a pichação compõem esse espaço contraditório das relações urbanas nas suas formas mais amplas de intervenção e de transgressão.

RESUMO

O estudo objetivou analisar aspectos presentes na linguagem do corpo relacionados a variáveis psicológicas. Todo indivíduo é uma unidade psicossomática, existindo uma relação entre as primeiras experiências de vida e a construção da imagem corporal que produzem tanto desdobramentos quanto limitações e possibilidades psíquicas e físicas. O trabalho atravessa conceitos sobre o deslizamento da identidade para o corpo, tendo como resultado certo esvaziamento do eu-subjetivo.

PALAVRAS-CHAVE: LINGUAGEM DO CORPO, IMAGEM CORPORAL, UNIDADE PSICOSSOMÁTICA, IDENTIDADE.

ABSTRACT

This study aimed to analyze aspects present in body language related to psychological variables. Every individual is a psychosomatic unity, and there is a relationship between the first experiences of life and the construction of a body image that produce either limitations or possibilities in terms of mental and physical developments. This study addresses concepts of identity reflexes on the body, resulting in the emptying to some extent of the subjective self.

KEYWORDS: BODY LANGUAGE, BODY IMAGE, PSYCHOSOMATIC UNITY, IDENTITY.

32 Universidade Presbiteriana Mackenzie - Mestre em Psicologia Clínica, PUCCAMP - nora@mackenzie.br; norarabinovich@hotmail.com

Linguagens e complexidades na atualidade

INTRODUÇÃO

Ao longo da história da humanidade o corpo foi e ainda é permeado por diversas concepções religiosas e científicas: ora intocável, mais tarde tornou-se prisão da alma, paradoxalmente também foi visto como alvo de castigos ou templo do espírito.

Num lugar de interface encontra-se entre o estado de natureza, neste sentido próximo às necessidades primárias e instintivas, e a cultura, com suas regras civilizatórias. O corpo constitui-se também num limiar entre o eu e o outro.

Com o advento da medicina e da anatomia ele foi perdendo seus segredos e os imensos avanços promoveram também o seu “desencantamento”. Ciência, tecnologia e medicina especializada transitam em diferentes áreas do saber corporal: tão focais e aprofundados tornaram-se os estudos que podemos pensar em certos momentos quase numa “descorporalização”, desafiando limites antes impensados.

Na atual condição em que vivemos um tempo da primazia da imagem e de subjetividades minguadas, o corpo assume o lugar de “figura” e os outros aspectos do ser logo posicionam-se como “fundo”. Nesta ótica, o corpo e aquilo que ele carrega podem adquirir a função de fetiche, vale dizer, aquela condição que toma “a parte” pelo “todo”. Por outro lado o corpo é o mediador de vivências diárias:

O estudo do cotidiano centrado nos usos do corpo lembra que ao passar os dias, o homem tece sua aventura pessoal, envelhece, ama, sente prazer ou dor, indiferença ou raiva. (LE BRETON, 2010:92-93).

Pelo fato do corpo ser um campo de convergência de inúmeros enunciados, delimitaremos nosso foco em alguns dos aspectos relacionados ao psiquismo: da primeira forma que toma o ego, das experiências vitais iniciais, da dor e da angústia, da tela de projeção das expectativas sociais e do prazer. O percurso proposto neste texto é marcado pelas imbricações desses aspectos da subjetividade humana com o psiquismo.

O CORPO E A CONSTRUÇÃO PSÍQUICA

Do ponto de vista psicológico, a ligação entre psiquismo e corpo vai se desenhando a partir da gestação. O *eu* no começo da vida é acima de tudo um eu corporal (FREUD, 1923). Trata-se de um tempo no qual dominam as sensações e as pulsões, dito de outro modo, os impulsos na primeira infância estão intimamente relacionados às necessidades biológicas.

O corpo, então, representa um lugar privilegiado em relação à forma como o ser humano apreende e incorpora o mundo a sua volta, impactado pelos estímulos e respondendo com diversas sensações. As relações com os outros e consigo

Linguagens e complexidades na atualidade

mesmo resultam posteriormente em grande medida desta interação: o corpo guarda a memória de necessidades primárias satisfeitas ou insatisfeitas.

Assim, precocemente a relação com o próprio corpo constitui-se desde muito cedo: no desenvolvimento, isso acontece através do contato e das tramas tecidas entre o bebê e sua mãe, ou quem ocupa o lugar e a função materna, estendendo-se aos poucos, às pessoas emocionalmente significativas.

Nessa temporalidade precoce o contato humano e a função materna que aconchega e promove segurança tornam-se imprescindíveis, tanto que quando faltam ou falham impregnam o psiquismo com marcas de desamparo, ainda no tempo do infante (*infans*: sem fala).

Vale dizer que a continuidade ou a descontinuidade entre o ambiente uterino abandonado no nascimento e 'a pele protetora' do cuidado recebido do ambiente físico e emocional após o nascimento, deixam marcas indeléveis: o corpo e o psiquismo estão intimamente relacionados à essas impressões primeiras: "De fato, o corpo se constitui como matriz da subjetividade: guarda as marcas de nossa chegada ao mundo, da acolhida e dos cuidados pelo outro, do reconhecimento, da satisfação ou da frustração de nossos desejos" (VOLICH, 2005:30).

Então, o psiquismo sadio requer que toda experiência vivida que reflete na estrutura da consciência, da identidade e da visão que temos do mundo e dos outros, também tem repercussão na nossa capacidade de elaborar, abstrair e representar o corpo. Essa é a forma que o homem utiliza para relacionar-se com a realidade e adaptar-se a ela, o que não significa fugir do corpo real, porém estabelecer ligações simbólicas.

Todo ser humano tem uma representação da sua imagem corporal que diz respeito às impressões que temos do nosso corpo e às vivências de cada um. Segundo Dolto (1992: 14-15):

[...] a imagem corporal é peculiar a cada um: está ligada ao sujeito e à sua história [...] é a síntese viva de nossas experiências emocionais inter-humanas [...] a imagem do corpo é, a cada momento, memória inconsciente de todo o vivido relacional e, ao mesmo tempo, ela é atual, viva, em situação dinâmica, simultaneamente narcísica e interrelacional: camuflada ou atualizável na relação aqui e agora [...] é na imagem do corpo, suporte do narcisismo, que o tempo se cruza com o espaço, e que o passado inconsciente ressoa na relação presente.

As vivências psíquicas e corporais ficam internalizadas na memória consciente e inconsciente, por tratar-se de uma representação mental a imagem corporal pode estar mais próxima da realidade objetiva ou ser distorcida pela percepção

Linguagens e complexidades na atualidade

(como nos casos de da anorexia nervosa, com grave distorção da autoimagem).

CORPO - MENTE ADOECENDO

A fragilidade humana aponta para o fato da limitação do corpo “[...] uma dor forte, o cansaço, a doença, um membro fraturado, por exemplo, restringem o campo da ação do homem e introduz o penoso sentimento de uma dualidade que rompe a unidade da presença: o sujeito sente-se cativo dentro do corpo que o abandona” (LE BRETON, 2010:94).

Todavia há pessoas que apresentam dificuldades ou falhas nos campos das representações psíquicas e na capacidade de simbolização, assim podem sofrer distúrbios na unidade psicossomática. Essa unidade pode ver-se alterada, perdendo a integração entre suas partes (psique-soma), gerando uma vulnerabilidade corporal.

Vale dizer: quando a mente não consegue processar e elaborar conteúdos emocionais tais como medo, angústia, inveja, paixão, entre outros, o corpo torna-se o único canal de expressão. Isso acontece quando há uma dissociação entre os sintomas somáticos (aqueles que não se originam no corpo, mas são por ele manifestados) e os aspectos psíquicos (as emoções que os provocaram). Quando o indivíduo não consegue dizer o que sente a partir da verbalização, o corpo grita e é exigido como se estivesse fora da mente³³.

O “corpo fragmentado” pode evidenciar-se em traços de desorganização e experiências de vazio, outras vezes em estados melancólicos. Na esfera do malestar da atualidade encontramos a presença das síndromes de pânico, depressões e distúrbios alimentares: transtornos identificáveis como formas de “alexitimia social da atualidade”.

Afastando-nos agora dos casos de fragilidade psíquica associadas aos transtornos psicossomáticos ou às psicopatologias, encontramos também certa vulnerabilidade psicofísica no sujeito atual: um mal estar ou desconforto corporal, algo sempre parece estar faltando ou sobrando, ou mesmo estar fora do lugar. Esta carência ou falha tem origem na esfera do psiquismo, porém concretiza-se e localiza-se no próprio corpo. Desenvolve-se assim uma relação persecutória com o corpo real por não corresponder ao corpo idealizado.

CORPOS E “EUS” CONTEMPORÂNEOS

A “democratização da beleza” relacionada à possibilidade de moldar se reflete na clínica psicológica: como se “algo” estivesse fora do lugar. Essa queixa é física ou é psíquica? Se o corpo fosse modificado, estaria tudo bem?

³³ * Quem não consegue elaborar psiquicamente e expressar seus conflitos, pode sofrer alexitimia: o sofrimento sem palavras e a dor psíquicas se apresentam no físico. Em situações nas quais tais pessoas são encaminhadas para um processo psicoterápico e são solicitadas a falar dos seus conflitos, frequentemente respondem mostrando a lesão no corpo ou a inadequação daquilo que sente que “está errado” corporalmente.



Para Mauss (1974), cada época assim como cada sociedade agem sobre o corpo, modelando-o. A cultura intervém, utilizando o corpo como molde com a finalidade de imprimir os valores existentes.

A transformação corporal (modificações, emagrecimentos, intervenções cirúrgicas) se não dão conta da reconstrução da identidade, sem dúvida de uma forma não consciente, constituem uma tentativa de fazê-lo. O sofrimento psíquico, nestes casos, “atravessa” o corpo, evidencia-se corporalmente e como não poderia deixar de ser, frequentemente busca ser aliviado e reduzido também através dele, modificando-o, moldando-o, e “customizando-o”.

Nesse sentido, o corpo pode ser espetáculo para ser visibilizado pelo outro como também para si próprio à semelhança de Narciso. Quanto ao corpo erógeno (corpo investido libidinalmente) percebemos a demanda de viver a sexualidade sempre de forma satisfatória, em frequência e intensidade performática conforme os padrões raramente atingíveis, sentimentos de inadequação, inibição e frustração concomitantes.

Por isso, relacionamo-nos com o nosso entorno de forma complexa, queremos ser valorizados, inseridos, reconhecidos: o que fazer com o corpo sentido como inadequado? É possível moldá-lo como uma escultura. O corpo torna-se assim

Linguagens e complexidades na atualidade



lugar privilegiado de “atuação”, consciente e inconsciente.

Dessa forma a mídia mostra o “corpo-norma” (MALYSSE, 2002) prescrevendo comportamentos ou práticas obrigatórias. Mudar o corpo é “reformular a existência” (LE BRETON, 2003).

No “deslizamento do eu” a identidade do indivíduo se faz corpo constantemente, ou seja, uma vez sentindo-se inadequado aos padrões, o sujeito percebe-se inadequado em todas as esferas. Nesse desvio de percepção de si próprio, aos poucos o corpo vai articulando-se ao *self*, (o eu). Dito de outro modo, “é como se o pensamento estivesse *engravidado* do corpo”. O corpo contamina a mente e assim constitui um duplo: de um lado o corpo como máquina (autônoma e autômato), do outro, o corpo como “eu” (GHIRALDELLI, 2007).

Logo, assumem-se rituais de autotransformação para ser amado, para ser aceito e crises nas outras áreas da vida são relacionados à insatisfação corporal. “É por seu corpo que você é julgado e classificado, diz em suma o discurso de nossa sociedade contemporânea. O corpo é um emblema de si” (LE BRETON, 2003:31).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Temos apoiado nosso argumento teórico no fato de que o corpo ao longo da história da humanidade ainda ocupa um lugar importante nas discussões informais ou acadêmicas. Então seria impossível esgotar o diálogo acerca das narrativas que envolvem o corpo e seus aspectos ligados ao psiquismo, por isso nossa opção aqui foi deslizar por caminhos movediços que estão repletos de perguntas sem desejar responder e fechar os questionamentos.

Ao refletir acerca da aceitação do corpo que possuímos e da importância de se manter a saúde psíquica é que podemos ter garantido uma qualidade de vida que nos permite poder desfrutar o corpo, experimentando alegrias e as experiências pessoais e emocionais. Afinal, “É a experiência da corporificação que nos dá a experiência de estarmos vivos” (KELERMAN, 2001).

REFERÊNCIAS

- DE CARLI, Ana Mery Sehbe. O artifício, a moda, o corpo: ritos da sedução. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29, 2006, Brasília. Anais. São Paulo: Intercom, 2006.
- DOLTO, F. A imagem inconsciente do corpo. São Paulo: Perspectiva, 1992.
- FREUD, Sigmund. (1923). O ego e o Id. O ego e o id, uma neurose demoníaca do século XVII e outros trabalhos. In: Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas de Sigmund Freud. Rio de Janeiro: Imago, 1976. v. XIX, p. 13-86.



[illegible]

VOLICH, Rubens. Formas Fabricadas. In: Revista Mente e Cérebro, São Paulo: Ediouro. Duetto, 2005.

RESUMO

Tendo como princípio a concepção de roteiro como um processo e como fruto de pesquisa, trazemos neste artigo reflexões a respeito de dispositivos que provocam emoções nos espectadores do filme "Pulp Fiction", a partir das proposições de roteiro. Essencialmente verbal, o roteiro vai sendo incorporado pelas articulações fílmicas e torna-se um elemento intrínseco da peça audiovisual. Essa análise reflexiva procura trazer esta aproximação.

PALAVRAS CHAVE: HISTÓRIAS DE ROTEIRISTAS; DISPOSITIVOS DE EMOÇÃO, ROTEIRO, PULP FICTION.

Neste artigo, tomamos como base o autor Raymond Bellour que define o corpo do cinema a partir da criação da emoção vinculada à experiência imersiva, oriunda da própria articulação de linguagem e de seus dispositivos. O filme *Pulp Fiction*, 1994 (Tempos de Violência), de Quentin Tarantino, que se desenvolve a partir de um roteiro intrincado é nosso objeto de análise e reflexões.

Violência. Embora o filme traga uma narrativa, o tema da violência perpassa o filme e instiga o público, porque as emoções que essa temática provoca, diferentemente de outros filmes, torna-se banal e cotidiana. Não se questiona a moral desta violência. Ela deixa de situar-se no plano do medo, passando ao plano das intrigas pessoais ou motivadores de situações, onde ela passa a ser acessório de um estilo de vida.

Roteirizado e dirigido por Quentin Tarantino, o filme é ambientado em Los Angeles, onde se desenrola o cotidiano de um grupo de gângsters do submundo do crime. O único vínculo entre os personagens Vincent Vega, Jules Winfield e Butch é o poderoso chefe, Marsellus Wallace. Wallace é negro, gordo e careca, casado com uma jovem branca. A carreira destes ho-

Em relação à estrutura fragmentada, ela atende à premissa geral do filme. a estrutura rompe com a clareza da sucessão de acontecimentos. Cada capítulo parece ser uma história completa, com os mesmos personagens. No entanto, cada capítulo os utiliza na combinação de diferentes funções da estratégia narrativa. Ora são protagonistas, ora coadjuvantes, conforme o episódio. Por exemplo, Vincent e Jules são os protagonistas da segunda parte do filme (depois dos créditos iniciais)³⁵. Vincent e Mia passam a ser os protagonistas do episódio seguinte. Na parte em que Butch, que nem havia aparecido no início, torna-se protagonista, Vincent é coadjuvante, como capanga de Marsellus.. Toda esta esquematização narrativa é um dos principais fatores de emoção do espectador. O baixo envolvimento, no sentido de identificação é gerado por estas quebras, estas interrupções. O tempo dado a cada um deles é o suficiente para se criar uma empatia até que o espectador

35 Cabe lembrarmos que a primeira cena é a de um casal que decide assaltar a lanchonete onde estão comendo e são, até o fim da cena (que é suspensa), os protagonistas até então.

Sobre posição de câmera. No episódio em que Marsellus conversa com Butch, a longa cena é composta apenas sob dois posicionamentos de câmera. Na primeira, Butch (boxeador) olha de frente e para a câmera (para o espectador). Neste caso, o espectador está no lugar de Marsellus (chefe). O rosto de Butch está quase imóvel e iluminado de vermelho, enquanto Marsellus fala. Este plano causa estranhamento. É a primeira vez que Butch aparece e apenas olha. A outra posição de câmera³⁶ mantém o mesmo eixo, porém está afastada para que se veja Butch (de frente) e Marsellus, de costas e não se identifica o rosto, apenas elementos: careca, brincos de argola e um band-aid na nuca. Sobre este segundo ponto de vista, há uma relação do enquadramento com o poder do olhar do espectador. Marsellus, ao longo de quase todo o filme é enquadrado desta

36 É Alexandre Astruc, em "Le Monde et la Distance" que fala sobre as diferentes posições de câmera, no sentido de que designam a composição do filme e o agenciamento dos elementos construídos como a intenção idealizada do autor (aquele que dá uma direção ao que observa)

Linguagens e complexidades na atualidade

maneira, em planos estáticos ou em movimento, do aberto para o fechado até atingir a mesma posição, Os personagens vêm Marsellus, mas o espectador não. Este recurso causa nele a expectativa de uma surpresa na revelação. Neste filme, a revelação do rosto de Marsellus não surpreende, apenas o coloca na frágil situação de pessoa, sujeita às maldades do mundo. Este dispositivo é utilizado com Mia Wallace (esposa do chefe Marsellus), no episódio em que Vincent deve levá-la para divertir-se. O personagem não a conhece, nem o espectador. Ela está diante de vídeos de monitoramento e tudo domina. Este plano é alternado com planos que segmentam de boca, mãos e imprimem o tom de sensualidade e perigo.

Sobre câmera lenta. A mudança de velocidade, assim como o congelamento, também é uma subversão da realidade e é uma alteração que modifica a percepção do público e sua emoção. Seu uso ocorre para identificar a emoção que Vincent sente por Mia, compartilhada com o espectador e ocorre quando Vincent se droga a caminho de sua casa. Ele é enquadrado em primeiro plano, dirigindo e sua expressão é percebida em detalhes. Não se trata aqui do ponto de vista dele, trata-se de um estado psicológico que é apenas sugerido, não se vê o que ele vê, o espectador compartilha da presença do personagem no estado de embriagues vendo-o, está fora.

O sobre primeiríssimo plano e a concomitância temporal. Continuando a cena, primeiríssimos planos, em câmera lenta, da heroína sendo fervida, da seringa sendo montada e da agulha entrando na veia do braço e injetando a droga são imagens intercaladas (concomitância) com o primeiro plano de Vincent, citado acima. Com esta aproximação visual irreal (mediada pelas lentes) estes objetos, principalmente a agulha - de perfuração - tomam dimensões descomunais, ocupando toda a tela, Diante dos inúmeros revólveres, que aparecem em sua escala real e portanto muito menores, aquilo torna-se efetivamente mais violento.

Sobre a câmera chicoteia. Movimento quase instantâneo, não deixa o espectador ver claramente, ao contrário da câmera lenta, que dá tempo para a observação em detalhes. Ele é usado na cena final do assalto ao restaurante e na que Mia, em overdose, tem de ser medicada na casa do vendedor da droga. Mesmo não sendo uma câmera subjetiva, ele reflete nos dois momentos o estado de percepção físico e psicológica dos personagens naquelas situações de desespero.

Sobre a câmera que cerca os personagens. Butch acabou de fugir de Marsellus por tê-lo traído e, de taxi, chega a um telefone público. Na cabine enquanto ele fala a câmera gira ao seu redor. Este movimento causa uma certa sensação de leveza, pela continuidade do movimento, ao mesmo tempo de vertigem, pela forma circular. É a emoção do personagem, misto de euforia, não permite que ele fique parado.



Linguagens e complexidades na atualidade

Na sala da casa de Mia, o espectador está sozinho com ela (Vincent está no banheiro) e desloca-se acompanhada pela câmera, neste percurso é atribuído ao espectador o prazer da fetichização, ele a observa, enquanto Vincent não está presente na sala. Ao mesmo tempo as colunas do cenário, que hora tampam a visão do espectador, são elementos que interrompe esse olhar e faz com que, de tempos em tempos, o espectador tome consciência de sua posição em cena.

Sobre a sobreposição de imagens. Butch é um rapaz cuja história familiar é repleta de traumas de guerra, herdadas por ele. Em momentos em que ele e sua mulher preparam-se para fugir, há uma sobreposição de imagens singular, levando-o a outro tempo e espaço para explicar a situação de sua vida. O som de um filme de guerra que passa na televisão o faz acordar assustado levando-o a perguntar à esposa se ela está ou não assistindo. Em contraposição à banalidade do diálogo a imagem tem um grande peso. Vê-se a tela inteira da televisão, as imagens são de explosões, homens armados correndo para todos os lados. Sobre a superfície de vidro entra em quadro o reflexo da mulher pelo canto esquerdo e ela para. O efeito que se tem é o de ela estar vendo a toda a destruição até que um dos soldados corre em sua direção com um fusil e lhe atravessa o corpo, sua imagem permanece.

Para finalizarmos, vale expormos mais alguns detalhes.

Sobre Inserção instantânea. Butch, ao reencontrar Marsellus na rua atropela-o. Caracterizada como cena tradicional de atropelamento, composta por inserção da imagem do pé de Butch calçando tênis é a surpresa, uma subliminar do ato reflexo e instantâneo do impulso de acelerar o carro.

Sobre Tiros na direção do espectador. A ironia, a banalização da violência pode ser completada pela relação dos tiros. Apenas como exemplo, tomemos o episódio 'The Bonnie Situation' em que um dos garotos do apartamento atira na dupla e não acerta ninguém. Os dois se entreolham e, em contra-campo, atiram de volta matando o rapazinho. A direção em que são apontadas estas armas é a do espectador que, obviamente está fora de perigo e, por conhecer a situação (já vira o desfecho nas cenas iniciais) não teme pelos seus personagens. Tudo acaba parecendo neutro e cotidiano.

Sobre De frente, de costas. Retomando a relação do ponto de vista de costas de Marsellus, quando Butch o salva da violência sexual, eles têm uma troca de diálogos, mantendo-se imóveis, o plano é geral e estão voltados para a frente da câmera. Marsellus está na frente. Comparando com a geometria da primeira conversa entre eles houve uma troca de posições: o espectador toma o lugar de Butch, voltado de frente para Marsellus, e Butch no lugar do espectador, atrás de Marsellus.

Linguagens e complexidades na atualidade

REFERÊNCIAS

ASTRUC, A. "Le monde et la distance". BELLOUR, R. L'Analyse du Film, Albatros, 1979.

AUMONT, J. A Imagem, Campinas: Papirus, 1990

BARTHES, R. "En sortand du cinéma". Communications. "Psykanalyse et cinéma", nº 23, Seuil, 1975

BARTHES, R. "Les 'unités traumatiques' au cinéma". Révue Internationale de Filmologie, Tome X, nº 34, juillet-septembre, 1960.

BELLOUR, R. "L'entretemps". L'Entre-images. La Différence, 1990

_____. L'Analyse du film. Albatros, 1979

_____. L'Entre-images. La Différence, 1990

BONITZER, P. "Système des émotions". Le champ aveugle, 1982

CAMPBELL, J. O Poder do Mito, Palas Athena, 1990.

COMMUNICATIONS "Psykanalyse et cinéma", nº 23, Seuil, 1975

FOUCAULT. "La pensée-emotion". Duan Michael, Musée d'Art, 1982

KUNTZEL, T. "Note sur l'appareil filmique" (s/r. Texto originalmente publicado em ingles em Quarterly Review of Film Study, vol.1, nº 3, 1976)

PEIXOTO, N.B. Cenários em Ruínas. S. Paulo: Brasiliense, 1987

ROUSTANG. F. Qu'est-ce que l'hypnose. Minuit, 1994

SARTRE, J. Esquisse d'une théorie des émotions (1934). Hermann, 1960.

SCHÉFER, J. "L'homme ordinaire au cinéma". Cahiers du Cinéma, Gallimard, 1980

STERN, D. Le monde interpersonnel du nourison, PUF, 1989

VANOYE, F. "Esquise d'une réflexion sur l'émotion". CinemAction, nº 50, Corlet, 1989.