

VIVÊNCIA

CCHLA-UFRN

V.3 / N°1 / 1989

**A magia na
Aldeia Global**

José Ramos Coelho

**A invasão cultural
através do
estrangeirismo**

Paulo Roberto Laguardia

**O humor como
prática jornalística**

Josimey Costa da Silva

**O educando e a
percepção crítica
(subsídios para
um estudo sobre
a consciência
crítica na relação
Escola X TV)**

Ana Maria Coentino Ramos

**O método de
análise-síntese, o
pensamento cria-
tivo e a elabora-
ção de textos na
educação**

Roberto Lima de Souza

**De Marcuse
a Paulo Freire.
Da negação do hoje a
liberdade do amanhã.**

Manuel Barbosa de Lucena

95

989



VIVÊNCIA

CCHLA-UFRN
V.3 / N°1 / 1989

**A magia na
Aldeia Global**
José Ramos Coelho

**A invasão cultural
através do
estrangeirismo**
Paulo Roberto La Guardia

**O humor como
prática jornalística**
Josimey Costa da Silva

**O educando e a
percepção crítica
(subsídios para
um estudo sobre
a consciência
crítica na relação
Escola X. TV)**
Ana Maria Cocentino Ramos

**O método de
análise-síntese, o
pensamento cria-
tivo e a elabora-
ção de textos na
educação**
Roberto Lima de Souza

**De Marcuse
a Paulo Freire.
Da negação do hoje a
liberdade do amanhã.**
Manuel Barbosa de Lucena

Reitor: Daladier Pessoa da Cunha Lima
Vice-Reitor: Tarcísio Costa
Diretor do CCHLA: Ana Maria Cocentino Ramos
Vice-Diretor: Roberto Lima de Souza

Chefes de Departamentos:

Departamento de Artes: Selma Bezerra de Souza e Silva
Departamento de Ciências Sociais: Itala Bezerra da Silveira
Departamento de Comunicação Social: Aderson de Carvalho França
Departamento de Filosofia: Antônio Xavier de França
Departamento de Geografia: José Lacerda Alves Felipe
Departamento de História: Alberto Pinheiro de Medeiros
Departamento de Letras: Josué Freitas Campos
Departamento de Psicologia: Zeneide Ferreira Alves

Diretor da Escola de Música: Maria Eugênia Bezerra Tinôco
Chefe de Serviço de Psicologia Aplicada: Ana Leila Abbott Galvão

Revista do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA) da Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Vivência V.3 nº1 1989

Natal, UFRN-CCHLA; CERN
Semestral

1.Humanismo. 2.Comunicação intercultural-Periódicos

RN-UF/BCZM

CDU 130.2:32(05)





SUMÁRIO

José Ramos Coelho A magia na Aldeia Global	7
Paulo Roberto Laguardia A invasão cultural através do estrangeirismo	23
Josimey Costa da Silva O humor como prática jornalística	35
Ana Maria Cocentino Ramos O educando e a percepção crítica (subsídios para um estudo sobre a consciência crítica na relação Escola x TV)	38
Roberto Lima de Souza O método de análise-síntese, o pensamento criativo e a elab- oração de textos na educação.....	43
Manuel Barbosa de Lucena De Marcuse a Paulo Freire. Da negação do hoje à liberdade do amanhã.	49

VIVÊNCIA	UFRN-CCHLA	V-3	n° 1	1-52	jan/jul	1989
----------	------------	-----	------	------	---------	------



SUMÁRIO

1 Agradecimentos

2 Dedicatória

3 Resumo

4 Introdução

5 Fundamentação Teórica

6 Metodologia

7 Resultados e Discussão

8 Conclusão

9 Referências Bibliográficas

10 Anexos

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE			
INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS			
DEPARTAMENTO DE MATEMÁTICA			
CURSO DE LICENCIATURA EM MATEMÁTICA			
ALUNO: [Nome do Aluno]			
TÍTULO: [Título da Monografia]			
ORIENTADOR: [Nome do Orientador]			
DATA DE ENTREGA: [Data]			
LOCAL: [Local]			



APRESENTAÇÃO

Este número de VIVÊNCIA inicia uma nova linha de trabalho da nossa Revista. Entende o Conselho Editorial que esta deve ser, sobretudo, a revista representativa das diversas áreas que compõem o Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes — CCHLA. Desta forma, cada número deixa de ser dedicado exclusivamente a um determinado Departamento — como vinha sendo feito anteriormente — e passa a reservar espaço que, em princípio, pode ser preenchido por artigos produzidos nas mais diversas subunidades do CCHLA.

Por outro lado, mantivemos a preocupação com uma certa unidade temática a ser seguida na medida do possível, de forma a facilitar a instrumentalização da Revista como fonte de pesquisa e informação. Dentro desta visão, encontraremos aqui um conjunto de artigos, cujo fio condutor, neste número, vem a ser COMUNICAÇÃO, interligada com aspectos filosóficos e educacionais.

Teremos, inicialmente, o Professor José Ramos Coelho do Departamento de Filosofia tratando da “Magia na Aldeia Global”. Aspectos específicos da temática geral são abordados por Paulo Roberto Laguárdia (A Invasão Cultural Através do Estrangeirismo) e por Josimey Costa da Silva (Humor Como Prática Jornalística), cujos trabalhos resultaram de “Projetos Experimentais”, levados a efeito, com êxito, pelo Departamento de Comunicação Social.

Os três últimos artigos dão um toque de conclusão à revista. A Professora Ana Maria Cententino Ramos, do Departamento de Comuni-

cação, escreve sobre: “O Educando e a Percepção Crítica (Subsídios para um Estudo Sobre a Consciência Crítica na Relação Escola x TV)”. A temática aí abordada é o elo de passagem para os últimos artigos: “De Marcuse a Paulo Freire... Da Negação do Hoje à Liberdade do Amanhã” e “O método de Análise e Síntese, O Pensamento Criativo e a Elaboração de Textos na Educação”. No primeiro, o professor Manoel Barbosa de Lucena, do Departamento de Filosofia, dá um enfoque filosófico à questão; no segundo, o Professor Roberto Lima de Souza, também do Departamento de Filosofia, nos mostra como é possível aplicar um modelo conceitual metodológico em um caso concreto de elaboração de textos na educação.

Todos esses trabalhos que, ora, são publicados constituem material que, há tempo, aguardava a “próxima” edição de VIVÊNCIA, prevista, então, para o segundo semestre de 1986. Depois disso, muitos outros trabalhos já nos foram encaminhados para futuras publicações... Como se vê, pois, a produção do CCHLA não se encontra estagnada. Estagnados têm estado os meios de divulgação, os nossos recursos. As dificuldades têm sido enormes. Desta feita, graças ao patrocínio do BANDERN, algumas delas foram superadas, e a Revista VIVÊNCIA volta a circular. Os anúncios agora veiculados garantem que a nossa produção chegue ao leitor.

Esta publicação, portanto, vem a ser mais um esforço do CCHLA no sentido de divulgar o pensamento dos que aqui produzem na Vivência do saber e do fazer universitário.

APRESENTAÇÃO

Este livro é uma obra de divulgação científica, destinada a todos os interessados em conhecer o mundo da vida. O objetivo principal é apresentar de forma clara e acessível os conceitos fundamentais da biologia, desde a célula até o organismo humano. A obra é organizada em capítulos que abordam temas como a estrutura e função das células, os tecidos, os órgãos e sistemas do corpo humano, a fisiologia e a ecologia. Além disso, são abordados aspectos históricos e filosóficos da biologia, bem como as aplicações práticas da ciência biológica na medicina, na agricultura e na indústria. A linguagem utilizada é simples e direta, com o uso de exemplos e analogias para facilitar a compreensão dos conceitos. Esperamos que esta obra seja útil e agradável para todos os leitores interessados em aprender mais sobre a vida e o mundo natural.

Este livro é uma obra de divulgação científica, destinada a todos os interessados em conhecer o mundo da vida. O objetivo principal é apresentar de forma clara e acessível os conceitos fundamentais da biologia, desde a célula até o organismo humano. A obra é organizada em capítulos que abordam temas como a estrutura e função das células, os tecidos, os órgãos e sistemas do corpo humano, a fisiologia e a ecologia. Além disso, são abordados aspectos históricos e filosóficos da biologia, bem como as aplicações práticas da ciência biológica na medicina, na agricultura e na indústria. A linguagem utilizada é simples e direta, com o uso de exemplos e analogias para facilitar a compreensão dos conceitos. Esperamos que esta obra seja útil e agradável para todos os leitores interessados em aprender mais sobre a vida e o mundo natural.

A MAGIA NA ALDEIA GLOBAL

José Ramos Coelho

Professor da UFRN — Departamento de Filosofia

Introdução

McLUHAN observou o seguinte:

“Os meios eletrônicos de comunicação do homem pós-letrado contraem o mundo, reduzindo-o às proporções de uma aldeia ou tribo onde tudo acontece a toda gente ao mesmo tempo: todos estão a par de — e, portanto, participam em — tudo o que está acontecendo, no minuto em que acontece. A televisão dá essa qualidade de simultaneidade aos eventos na aldeia global. A comparticipação simultânea nas experiências, tal como numa aldeia ou tribo, cria uma perspectiva de aldeia ou tribo, estimulando a coerência do conjunto” (1974:16).

.. Este processo de retribalização, levado a cabo pelos modernos meios de comunicação de massa, adquire uma dimensão nova e inusitada quando se constata a infiltração clandestina de elementos e técnicas mágicas nesta nova aldeia global. A primitiva e fragmentária intuição de McLUHAN articula-se, então, numa totalidade maior e pode prolificamente ensinar um desenvolvimento teórico amplo, consistente e sistemático.

A magia desde sempre esteve associada à noção de poder, de força, de controle sobre o mundo e a natureza. O mago, com efeito, impõe e ordena, ao passo que o sacerdote reza e suplica o auxílio dos poderes que dominam ou diante dos quais se sente impotente (FRAZER, 1944). A ambição do alquimista na sua busca em desvendar a pedra filosofal era, de um lado, realizar uma total transmutação de si mesmo, conseguindo a eternidade (simbolizada pelo ouro) e, de outro lado, dominar a natureza, assumindo o papel do tempo ao levar a termo, num curto intervalo de tempo, todos os processos geológicos que, deixados a si mesmos, consumiriam um tempo extraordinariamente longo para chegarem ao seu fim (ELIADE: 1979). A magia cre-

piamente na eficácia dos seus métodos, pressupondo a identidade entre o desejo e a sua realização entre o ato mágico e o efeito esperado. O sonho mais alto do mago seria assumir o controle absoluto do Universo; sua ambição maior seria tornar-se Deus.

Não obstante, o processo técnico e científico condenou ao descrédito e ao ridículo a magia e a sua pretensão de eficiência. Por que passamos a preferir o uso da pa ao invés do pau de rebuscar dos bandos nômades de coletores e caçadores? Qual a razão de termos, posteriormente, trocado a pá pelo arado? Simplesmente porque um instrumento mais aperfeiçoado realiza o mesmo trabalho que o seu obsoleto antecessor mais rapidamente e com menor dispêndio de energia e trabalho. O desenvolvimento tecnológico e o culto da razão acabaram substituindo a eficácia mágica pelo poder da técnica.

A partir da Revolução Industrial, no entanto, a necessidade de produzir mais e em maior escala conduziu os industriais e os comerciantes ao uso incessante, contínuo e programado da publicidade a fim de estabilizar o fluxo que conduz as mercadorias da fábrica às mãos dos consumidores. E eis que, ironicamente, a mesma técnica que outrora rejeitara a magia, está agora a viver de braços dados com ela! Em plena era da eletrônica, da biónica e da cibernética, surpreende o retorno à magia e aos anseios da eficiência instantânea e total. E este retorno se verifica através da publicidade: por meio dela o uso de um sabonete transforma simpaticamente a sua usuária numa bela atriz de cinema; e um dentífrico converte um homem comum num campeão, trazendo-lhe a glória e o sucesso!

O mesmo processo que expulsara a magia pela porta, convida-a agora a entrar pela janela. E o que pretendemos mostrar e demonstrar ao longo deste ensaio.

Magia e Publicidade

O universo publicitário é vasto e amplamente heterogêneo, podendo a publicidade ser analisada, descrita e interpretada sob diversos ângulos. A magia é apenas uma das óticas pelas quais ela pode ser compreendida.

Já a partir da simples delimitação de seus respectivos conceitos, pode-se perceber quão próximas estão a magia e a publicidade.

A magia é geralmente definida como uma possibilidade de agir, através de ritos, sobre os seres visíveis e invisíveis que povoam a terra e as águas, os abismos e o céu. A sua finalidade é controlar entidades, fenômenos, seres, objetos ou pessoas (MAÜSS, 1974: 90-91; BOUÏSSON, s: d: 16)

A publicidade pode ser definida como a arte de despertar no consumidor o desejo de compra, fazendo-o adquirir o produto anunciado. Sua finalidade é, portanto, controlar e influenciar o comportamento do consumidor.

Depreende-se, do enunciado destas definições, que o objetivo de ambas é idêntico: dominar ou controlar determinados aspectos da realidade. Na magia — certas entidades, certos fenômenos, etc; na publicidade — o ritmo da produção, o fluxo das mercadorias, o comportamento do consumidor, etc.

Dentro de uma perspectiva globalizante e totalizadora, a primeira semelhança básica entre a magia e a publicidade reside em EXERCER UMA FUNÇÃO DE CONTROLE SOCIAL. Aprofundemos um pouco mais este ponto de convergência. Em primeiro lugar, investigaremos como isto se dá no tocante à magia para, posteriormente, apreciarmos o exercício da mesma função pela publicidade.

I. A magia pode ser utilizada tanto para suplementar ou completar a técnica como também ser aplicada para atingir resultados para os quais não existem técnicas apropriadas (MAIR, 1972: 212). Vejamos alguns exemplos de ambos os casos.

A estreita associação entre a técnica e a magia pode ser ilustrada pelo trabalho de construção de ca-

noas entre os trobriandeses. Eles consideram imprescindíveis tanto a eficácia mágica como a capacidade técnica, mas a ação e o efeito de ambas são independentes, ou seja, por mais eficiente que seja a magia, ela não compensa uma construção defeituosa. O artesão procurará, portanto, por meio de sua habilidade e conhecimentos, construir uma canoa veloz e estável. A função da magia será de dar-lhe uma estabilidade e velocidade adicionais. Se duas canoas parecem ser igualmente bem construídas, e uma demonstrar superar a outra sob certo aspecto, eles atribuirão o fato à eficácia da magia. Mas se a olhos vistos a canoa é mal construída, os nativos saberão que ela navega vagarosamente e o seu manejo será difícil (MALINOWSKI, 1978: 94-95). Da mesma forma, se vários homens trabalham na agricultura com a mesma intensidade e exatamente nas mesmas condições, a magia agrícola será justamente o que fará diferença naquilo que se pode esperar do "acaso" ou da "boa sorte". Os resultados inesperados que não podem ser explicados por nenhum outro fator serão tidos como resultados da magia (1978: 304).

Além da função de auxiliar as técnicas, a magia é também utilizada para atingir finalidades para as quais não existem técnicas eficazes. Assim, um jovem poderá fazer uso da magia para que a sua namorada seja boa para ele (MAIR, 1972: 212). Da mesma forma, os trobriandeses possuem um bom conhecimento empírico do solo e das condições adequadas que se devem observar no trato com as plantas. Contudo, não possuem meios empíricos de controlar a presença do sol e da chuva, evitar pragas de insetos ou prevenir o insucesso da colheita por efeito de doenças. Para estes casos, onde o seu conhecimento empírico e a sua técnica falham, eles recorrem à magia (FIRTH, 1955: 572-573).

Os estudos de MALINOWSKI e EVANS-PRITCHARD — o primeiro entre os trobriandeses e o segundo entre os azande — nos revelam muito bem o grau de entrelaçamento da magia com outras instituições e a

importância a ela atribuída pelos nativos.

Para os habitantes de Kiriwina, a magia domina os destinos humanos. A magia fornece-lhes uma arma e um escudo contra os diversos perigos que os ameaçam de todos os lados, permitindo-lhes, ainda, dominar as forças da natureza. Mesmo nas coisas mais essenciais ao homem, ou seja, a saúde e o bem-estar, eles se julgam "apenas um joguete das forças de feitiçaria, de espíritos malignos e outros seres controlados pela magia negra". A doença, a morte e até os acidentes são atribuídos ao poder da magia. O sol e a chuva, dos quais a colheita depende para prosperar; e o vento, que interfere na navegação e na pesca, são também governados pela magia. "As atividades econômicas básicas de produção de alimentos, que nas ilhas Trobriand são principalmente a agricultura e a pesca, são também inteiramente controladas pela magia" (MALINOWSKI, 1978: 188-289). Da mesma forma que com respeito a tudo quanto já foi citado como estando sob o seu jugo, também o KULA é dominado pela magia. São realizados rituais sobre as canoas marítimas quando construídas, a fim de que sejam velozes, seguras e tenham sorte no KULA; os nativos de Trobriand estão de tal forma persuadidos de que as coisas construídas sem magia são pouco resistentes, vagarosas e não têm sorte no KULA, que nenhum deles sonharia omitir os rituais mágicos; outros rituais são executados para afastar os perigos da navegação; um outro sistema de rituais visa a agir diretamente sobre a mente do parceiro, "fazendo com que ele se torne afável, de mente instável e ansioso por dar presentes KULA" (1978: 85).

Para os azande, todas as atividades da vida estão sob o influxo da bruxaria. Tal se dá com a agricultura, a pesca e a caça; o mesmo ocorre com os infortúnios, os insucessos, a doença, a morte. Permeando a vida mental zande, a bruxaria está estampada na lei e na moral,

na etiqueta e na religião; ela é relevante na tecnologia e na linguagem; "não existe nicho ou canto da cultura zande em que ela não se imiscua". Assim sendo, se uma praga ataca a colheita de amendoim, foi bruxaria; se um rito mágico não tem sucesso, foi bruxaria, etc. Se um insucesso ou infortúnio qualquer abater-se sobre qualquer pessoa, a qualquer hora, e em relação a qualquer das múltiplas atividades da sua vida, pode ser atribuído à bruxaria (EVANS-PRITCHARD, S.D.: 83-849).

Numerosos casos bem documentados demonstram ser tamanha a força da magia nas sociedades primitivas que, conforme veremos, por efeito de sugestão psicológica exercida pela coletividade, um indivíduo chega mesmo a morrer pelo fato de ter transgredido a um tabu (MAUSS, 1974b).

De fato, em um grande número de sociedades, um temor da morte, de origem puramente social, sem nenhuma mescla de fatores individuais, era capaz de ocasionar tamanhos danos mentais e físicos, na consciência e no corpo do indivíduo, que acarretava sua morte em curto prazo, sem lesão aparente ou conhecida. Os indivíduos morrem brutalmente pura e simplesmente porque eles sabem ou acreditam que vão morrer. O motivo desta crença fatal reside em causas coletivas, ou seja, deve-se à presença de um certo número de instituições e crenças: a magia, interdições ou tabus, etc. (1974b: 190). Quando se considera o fato de que o fisco dos indígenas é mais forte e resistente que o nosso; que a parturiente retorna imediatamente às suas ocupações, e põe-se a andar apenas após algumas horas; que cortes formidáveis na carne cicatrizam rapidamente, etc, fica-se bastante impressionado com a súbita e impressionante fraqueza por eles demonstrada quando presos do medo da morte. "Se um jovem wakelura (menino ou menina) come caça proibida", diz um relato, "(...) ele fica doente, e provavelmente se consome e morre emitindo os gritos da criatura em questão". E o espírito dela que penetra nele e o mata (1974b: 195). Com a mesma facilidade com que o indivíduo pode morrer, pode igualmente curar-se, caso sejam realizadas as apropriadas cerimônias mágicas de exorcismo, ou de contra-feitiço. Mukalakki, um an-

ção kakadu, estava perto da morte. Havia conhecido certa vez uma serpente proibida à sua idade. Chamaram, então, um certo curandeiro que, vendo a serpente mística que se apoderara de seu corpo, retirou-a, levando-a para longe num saco onde a colocou num poço ordenando que ela ali ficasse. Mukalakki "sentiu-se imensamente aliviado. Transpirou abundantemente, dormiu e achou-se restabelecido pela manhã... Se Morpun (o curandeiro) não tivesse estado lá para extrair a serpente, ele estaria morto. Só Morpun tinha poder para fazer isso, etc." (1974b: 198).

Em relação aos neozelandeses e polinésios, HERTZ afirma que a morte por magia é muito frequentemente concebida em seguida a um pecado, e amide só possível após ele. Inversamente, a morte por pecado muitas vezes não passa de resultado de uma magia que provoque o pecado. Tomado de verdadeiras dores de consciência, o indivíduo cai em um estado de depressão fatal. Um exemplo notável é fornecido pelos moriori, tribo das Ilhas Chatham, conquistados pelos maori em 1835. O seu número se viu drasticamente reduzido de 2.000 para apenas 25 indivíduos. Segundo informaram os maori, a redução no número não se devia à morte ocasionada pelos maori. Estes últimos, tendo tomado os moriori como escravos, muitas vezes os encontravam mortos pela manhã em suas casas. "Era a infração a seu próprio tabu que os matava (a obrigação de fazer atos que contrariavam seu tabu). Eram um povo muito tabu" (1974b: 206).

Em longo mas importante trecho no qual elucidada todo o processo de morte por influência da coletividade, LEVI-STRAUSS escreve o seguinte:

"Desde os trabalhos da Cannon, percebe-se mais claramente sobre quais mecanismos psicofisiológicos estão fundados os casos, atestados em inúmeras regiões do mundo, de morte por conjuro ou enfeitiçamento: um indivíduo, consciente de ser objeto de um malefício, é intimamente persuadido pelas mais solenes tradições de seu grupo, de que está condenado; parentes e amigos partilham desta certeza. Desde então, a comunidade se retrai: afasta-se do maldito, conduz-se a seu respeito

como se fosse, não apenas já morto, mas fonte de perigo para o seu círculo; em cada ocasião e por todas as suas condutas, o corpo social sugere a morte à infeliz vítima, que não pretende mais escapar aquilo que ela considera como seu destino inevitável. Logo, aliás, celebram-se por ela os ritos sagrados que a conduzirão ao reino das sombras. Inconfiável, brutalmente privado de todos os seus elos familiares e sociais, excluído de todas as funções e atividades pelas quais o indivíduo tomava consciência de si mesmo, depois encontrando essas forças tão imperiosas novamente conjuradas, mas somente para bani-lo do mundo dos vivos, o enfeitiçado cede à ação combinada do intenso terror que experimenta, da retirada súbita e total dos múltiplos sistemas de referência fornecidos pela convivência do grupo, enfim, à sua inversão decisiva que, de vivo, sujeito de direitos e de obrigações, o proclama morto, objeto de temores, de ritos e proibições. A integridade física não resiste à dissolução da personalidade social".

E prossegue afirmando: "Como se exprimem esses fenômenos complexos no plano fisiológico? Cannon mostrou que o medo, assim como a cólera, se faz acompanhar de uma atividade particularmente intensa do sistema nervoso simpático. Esta atividade é normalmente útil, acarretando modificações orgânicas que possibilitam ao indivíduo se adaptar a uma situação nova; mas se o indivíduo não dispõe de nenhuma resposta instintiva ou adquirida para uma situação extraordinária, ou que ele considere como tal, a atividade do simpático se amplia e se desorganiza, e pode, em algumas horas, às vezes, determinar uma diminuição do volume sanguíneo e uma queda de pressão concomitante, tendo como resultado desgastes irreparáveis para os órgãos da circulação. A recusa de alimentos e de bebidas, frequente em doentes tomados de uma angústia profunda, precipita esta evolução, a desidratação agindo como estimulante do simpático e a diminuição do volume sanguíneo sendo acrescida pela permeabilidade crescente dos vasos capilares (...) a morte intervém, sem que a autópsia possa revelar a lesão" (s.d.): 183-184).

Além do nível imenso de envolvimento psicológico e emocional que os nativos revelam para com a magia, esta possui na sociedade primitiva funções e papéis sociais de grande importância. Como a noção de individualidade é mais débil e a de solidariedade social é bem mais forte entre eles em comparação com as nossas, o poder mágico se torna uma força irresistível e inabalável. MALINOWSKI descreveu pormenorizadamente a função da magia em diversas atividades sociais entre os trobriandeses. A magia, ao enfrentar o desconhecido e o imprevisível, fornece aos nativos um sentimento de confiança e auto-segurança indispensáveis ao sucesso de muitos empreendimentos incertos e arriscados. A magia conclama à seriedade na execução de muitos trabalhos práticos e muitas vezes chega a punir comportamentos negligentes. A magia também impõe ordem, sequência e facilita a cooperação entre os membros da comunidade na execução de determinadas tarefas. A magia também fornece um líder natural na condução dos trabalhos em virtude da crença de que o feiticeiro é alguém dotado de poderes especiais.

A força da magia e sua função reguladora se manifestam muito bem no decurso dos trabalhos agrícolas entre os trobriandeses. Antes de iniciar-se qualquer trabalho referente ao cultivo, o feiticeiro, numa grande cerimônia, consagra o local, abrindo assim oficialmente a época do cultivo. Só posteriormente a esta cerimônia é que os nativos começam a cortar o mato dos seus lotes. "A seguir, executando uma série de ritos, o feiticeiro agrícola inaugura sucessivamente cada um dos diversos estágios do trabalho da lavoura — a queimada do mato, a limpeza do solo, o plantio, a capina e a colheita. Paralelamente, através de uma outra série de rituais mágicos e encantamentos ele auxilia as plantas para que germinem, produzam suas primeiras folhas, cresçam, subam pelas estacas, formem abundante folhagem e, finalmente, produzam os tubérculos comestíveis" (MALINOWSKI, 1978: 55).

Mais adiante, acrescenta:

"Segundo o pensamento nativo, o feiticeiro agrícola controla, dessa forma, não apenas o trabalho do homem, mas também as forças da natureza. Age também diretamente como supervisor dos trabalhos agrícolas,

cuidando para que os nativos realizem seus trabalhos com perfeição e rapidez. A magia é, portanto, uma influência que regula, sistematiza e controla o trabalho da lavoura. Ao executar os diversos ritos, o feiticeiro agrícola determina a marcha dos trabalhos, forçando os nativos a se devotarem a certas tarefas e a executá-las de maneira adequada e com a devida pontualidade. (...) No fim das contas, porém, não resta dúvida de que, por sua influência no sentido de ordenar, sistematizar e regular o trabalho, a magia constitui elemento de inestimável valor econômico para os nativos" (1978: 55-56).

Em outra parte de sua famosa obra, completa MALINOWSKI:

"(...), os ritos e fórmulas não são simples apêndices que ocorrem paralelamente aos esforços econômicos, sem os influenciar. Ao contrário, pode-se dizer que a crença na magia é uma das principais forças psicológicas que possibilitam a organização e a sistematização dos esforços econômicos nas ilhas Trobriand" (1978: 290).

A magia, outrossim, pode ter uma função catártica ao liberar tensões reprimidas. Pode, ainda, como ocorre entre os azande, apaziguar os ânimos e ser um corretivo contra impulsos anti-sociais. "Admitida a crença na sua eficácia, serve para defender os direitos do indivíduo e, embora não produza qualquer efeito real sobre os ofensores, não deixa de ser útil, pois dá às vítimas um meio de mitigar sua sensação de ultraje e seu desejo de vingança. Como foi assinado por EVANS-PRITCHARD, para os azande, a crença de que o feiticeiro possa ser um instrumento de castigo e possa produzir a morte dos ofensores constitui um método relativamente inócuo de permitir que as pessoas "descarreguem a raiva". Causa menos prejuízo à comunidade do que o uso da lança (FIRTH, 1978: 161).

Em virtude dos poderes que possui, todos cuidam para não ofender os bruxos na sociedade zande. Como os azande não sabem quem é o verdadeiro bruxo, evitam prudentemente qualquer demonstração de hostilidade ou mau humor para com os seus vizinhos e não ofende-lo à toa, evitando, desta forma, qualquer ato

de bruxaria em represália a um comportamento desagradável ou agressivo (EVANS-PRITCHARD, s.d.: 128).

II. Vejamos agora como a publicidade se situa dentro da sociedade industrial. Segundo MARX, a produção é imediatamente consumo e, inversamente, o consumo é imediatamente produção. Embora cada um seja imediatamente o seu contrário, opera-se um movimento mediador entre ambos: a produção é mediadora do consumo (cujos materiais cria e sem os quais não teria objeto) e o consumo também é mediador da produção (cria para os produtos o sujeito, para o qual são produtos):

Mas a produção não fornece apenas o objeto ao consumo — fornece ainda uma necessidade ao objeto material. Quando o consumo se liberta do estado primitivo e perde seu caráter imediato, o próprio consumo é mediado pelo objeto: a necessidade que sente deste objeto é criada pela percepção do mesmo. "O objeto da arte, tal como qualquer outro produto, cria um público capaz de compreender a arte e de apreciar a beleza. Portanto, a produção não cria somente um objeto para o sujeito, mas também um sujeito para o objeto" (MARX).

Desta forma, as necessidades que determinam a atividade produtiva não são naturais e eternas, mas frutos das condições histórico-sociais que as produzem. Embora a economia liberal afirme que os bens e serviços são produzidos no intuito de responder as necessidades das pessoas, a verdade é que cada vez mais estas necessidades estão sendo engendradas pelos comerciantes e industriais. "O fim do capital é a produção do lucro enão a satisfação das necessidades", ponderou Max. Sob o efeito da publicidade, a produção não se limita apenas a ampliar os mercados já existentes, mas avança no sentido de abrir novos mercados e produzir necessidades antes inexistentes. A partir da Revolução Industrial, a necessidade de produzir mais e em maior escala conduziu os industriais ao uso incessante, contínuo e programado da publicidade a fim de estabilizar o fluxo que conduz as mercadorias da fábrica às mãos dos consumidores. Além desta função reguladora, a publicidade, permitindo a produção e a venda em massa, contribuiu sensivelmente para aumentar e reduzir o preço dos artigos.

O consumismo é a contrapartida do produtivismo. A sociedade industrial iniciou a produção em larga escala; uma produção que se caracteriza pela homogeneidade da linha dos produtos fabricados em série. Para que o capital possa valorizar-se a si próprio, crescer, deve fabricar também um mercado de consumidores ávidos e numerosos ou descobrir novos mercados. É nesse ponto que entra em ação a propaganda, unindo a produção ao consumo, fazendo os produtos escoarem com mais rapidez da fábrica aos consumidores. Ora, para que tal fato se dê, é necessário que a mercadoria apareça como dotada de valores simbólicos que levem ao consumo desenfreado, ou seja, muito além do que precisariam os consumidores para a satisfação das suas necessidades básicas e elementares.

A crescente igualdade dos produtos, fruto do aumento da padronização e da produção em série, obrigou os persuasores ao abandono das antigas técnicas diretas e racionais de publicidade, para encontrar métodos mais eficazes de controle e influência.

Todo o produto, ao sair da fábrica, é dotado de um valor PRIMÁRIO, ou seja, possui uma determinada utilidade, uma funcionalidade que lhe é intrínseca. Contudo, por efeito da publicidade, pode-se acrescentar-lhe um valor SECUNDÁRIO que passará a acompanhá-lo, quando se considera as atitudes subjetivas do consumidor no tocante a ele. Tal valor secundário, ao contrário do valor primário, é extrínseco ao produto. Este valor secundário é o que os publicitários denominam de a "imagem" do produto.

Pesquisas feitas com pessoas físicas a determinadas marcas de cigarros demonstraram que, quando não podiam ver o rótulo do produto, eram incapazes de identificar a sua marca predileta que, supunham, conheciam perfeitamente. Os mesmos resultados foram encontrados em testes feitos "às cegas" com bebêdores de cerveja e uísque (PACKARD, 1972: 43-44).

Estes fatos sugerem e indicam que a razão da fidelidade de um consumidor por sua marca predileta não é o valor primário próprio à mesma, mas sim o valor secundário — que, em grande parte, é criado pela propaganda. Há na mente do consumidor uma imagem favorável

a um determinado produto e é por este motivo que ele o prefere (BOYD, 1982: 649).

Com a padronização crescente e o grande número de artigos semelhantes, o comprador, ao fazer a sua opção de compra, leva em consideração fundamentalmente este valor secundário. Assim sendo, juntamente com um dentifrígio, vende-se o sabor da vitória; com um carro, ascensão social; com um refrigerante, vida ou alegria; com um cigarro, sucesso, etc. De um lado temos, portanto, o objeto e, do outro, a imagem ao qual ele ficou associado na mente do consumidor por efeito da publicidade. O objeto passa a ser identificado e reconhecido pelo símbolo ou pela imagem que primeiramente ou com maior intensidade atingiu o consumidor. Este, ao ingerir um refrigerante, "bebe" uma imagem.

Em consequência, a publicidade deixou de ser uma mera discussão a respeito dos méritos e das propriedades primárias dos produtos. Os publicitários passam então a buscar meios de melhorar a imagem dos produtos junto ao público consumidor, aumentando assim a lealdade à marca. Tal lealdade — que é essencialmente subjetiva e ilógica — poderia ser obtida através de alguma diferenciação ou individualização para o produto na mente, segundo a opinião de PIERRE MARTINEAU, grande perito na criação de imagem (PACKARD, 1972: 44).

Para a elaboração de uma imagem adequada e sugestiva, os publicitários recorrem às pesquisas de motivação para "descobrir por que as pessoas agem de determinada forma e com a análise de suas reações descobrir o subconsciente do consumidor, de modo a, conhecendo os seus anseios, fabricar produtos ou apelos que vão de encontro aos seus desejos" (SANT'ANNA, 1981: 37).

LOUIS CHESKIN, chefe de uma empresa de pesquisas de publicidade, afirmou o seguinte:

"A pesquisa de motivação é o tipo de pesquisa que procura aprender o que motiva as pessoas a fazer escolhas. Emprega técnicas destinadas a atingir a mente inconsciente ou subconsciente, porque as preferências são em geral determinadas por fatores de que o indivíduo não

tem consciência... Efetivamente, na situação de compra, o consumidor em geral age emocionalmente e compulsivamente, reagindo inconscientemente às imagens e desejos que, no subconsciente, estão associados ao produto (PACKARD, 1972: 5).

A publicidade, além da função estabilizadora aludida mais acima, informa, persuade à compra e, ainda, concorre para instituir novos comportamentos, criando uma nova maneira de viver que fará parte integrante da cultura, exercendo, assim, incontestável controle social. Sua influência pode ser comparada à das instituições educacionais ou religiosas. Sem embargo, a filosofia e os métodos da propaganda são radicalmente diversos. Sua ética é essencialmente pragmática: bom e verdadeiro é o que dá certo, o que vende. O ser humano é tomado como um instrumento de censuro.

Em suma: é o valor secundário que a publicidade empresta ao produto que o faz partícipe do universo mágico.

O Mana: Categoria do Pensamento Mágico

Há, na base da magia, uma representação singularmente confusa e inteiramente estranha aos nossos entendimentos de adultos civilizados — a noção de MANA. Esta noção é obscura e vaga e, não obstante, tem um emprego estranhamente determinado; é abstrata e geral, mas muito concreta; transmissível entre pessoas e coisas e vice-versa, pode tanto manifestar-se pessoal quanto impessoalmente. Sua natureza primitiva, isto é, complexa e confusa, impede a sua análise lógica e, assim, devemos contentar-nos simplesmente em descrevê-la.

A palavra MANA subentende uma massa de idéias que designaríamos pelas expressões: poder de feiticeiro, qualidade mágica de uma coisa, coisa mágica, ser mágico, posse do poder mágico, ser encantado, agir magicamente; ela representa, reunidas em um único vocábulo, uma série de noções que nos eram dadas separadamente e realiza essa confusão, que na magia nos pareceu fundamental, entre o agente, o rito e as coisas.

O MANA é a força por excelência, a verdadeira eficácia das coisas, que corrobora sua ação mecânica sem aniquilá-la. É ele que faz a rede apanhar, com que a casa seja sólida, que a canoa vá bem no mar. No campo, é a fertilidade; nos remédios, é a virtude salutar ou letal. Na flecha, é o que mata.

O MANA compreende de início a idéia de poder, ou melhor ainda, de "potencialidade mágica". É a idéia de uma força da qual a força do mágico, a força do rito, a força do espírito apenas são expressões diferentes, segundo os elementos da magia; porque nenhum desses elementos age enquanto tal e sim precisamente enquanto é dotado, ou por convenção, ou por ritos especiais, do caráter de força, e força não mecânica, mas mágica. A noção de força mágica, aliás, deste ponto de vista, é perfeitamente comparável à nossa noção de força mecânica. Assim como denominamos de força a causa dos movimentos aparentes, a força mágica é propriamente a causa dos efeitos mágicos: doença e morte, felicidade e saúde, etc.

Além disso, esta noção compreende a idéia de um ambiente onde os poderes em questão se exercem. Nesse meio misterioso, as coisas não ocorrem como no mundo dos sentidos. A distância não impede o contato. As figuras e os desejos realizam-se de imediato. É o mundo espiritual, nele tudo pode tornar-se espírito.

Esta noção de força e esta noção de ambiente são inseparáveis; coincidem absolutamente e exprimem-se ao mesmo tempo pelos mesmos efeitos. De fato, as formas rituais, ou seja, as disposições que têm por objetivo a criação da força mágica, são também as que criam o ambiente e o circunscrevem — antes, durante e após a cerimônia.

Estamos, pois, em posição de concluir que por toda parte existiu uma noção que envolve a noção do poder mágico. É a noção de uma eficácia pura que, não obstante é uma vimos, trata-se, ainda, ao mesmo tempo em que é espiritual, em que age à distância e, portanto, por conexão direta, se não por contato, móvel e motora sem mover-se, impessoal e revestidora de formas pessoais, divisível e contínua. Nossas vagas idéias de sorte e de quintessência são pálidas sobrevivências dessa noção muito mais rica. Como vimos, trata-se ainda, ao mesmo tempo, de uma força, um ambiente, um mundo separado e contudo unido ao outro. Poder-se-ia ainda dizer, para mais bem exprimir como o mundo da magia superpõe-se ao outro sem destacar-se, que nele tudo se passa como num mundo construído em uma quarta dimensão do espaço, da qual uma noção como a de MANA exprimiria, por assim dizer, a existência oculta. Aplica-se tão bem a imagem à magia, que os mágicos modernos apossaram-se de suas especulações para legitimar seus ritos e suas idéias.

Esta noção é, na verdade, a condição mesma da experimentação mágica. É dada A PRIORI, previamente a toda experiência. Ela rege as representações mágicas, é a condição destas e a sua forma necessária. Funciona como uma categoria, tornando possíveis as idéias mágicas como as categorias tornam possíveis

as idéias humanas. Este papel, que lhe atribuímos, de categoria inconsciente de entendimento, justamente se expressa pelos fatos. É raro ela atingir a consciência e é ainda mais raro que na consciência encontre sua expressão. É que uma noção como a de MANA é inerente à magia, como o postulado de Euclides é inerente à nossa concepção de espaço.

Fica, porém, bem entendido que esta categoria não é dada no entendimento individual como o são as categorias de tempo e de espaço; a prova é que ela pode reduzir-se fortemente com o progresso da civilização e que varia seu teor com as sociedades e com as fases da vida de uma mesma sociedade. Só existe na consciência dos indivíduos em razão da existência da sociedade, como as idéias de justiça e de valor. Diríamos sem dificuldade que é uma categoria do pensamento coletivo.

Finalizamos aqui esta descrição da noção de MANA feita por MARCEL MAUSS, a qual, com outras denominações, apresenta-se amplamente disseminada entre os povos primitivos.

Para concluir a nossa breve exposição acerca do MANA, ficamos com o atualizado parecer de LÉVI-STRAUSS acerca deste assunto.

"Ao inverso do que se acreditava em 1902", escreveu ele, "as concepções do tipo MANA são tão frequentes e tão disseminadas que convém perguntar se não estamos em presença de uma forma de pensamento universal e permanente que, longe de caracterizar certas civilizações ou pretensas "estágios" arcaicos ou semi-arcaicos da evolução do espírito humano, seria função de uma certa situação de espírito diante das coisas, devendo aparecer cada vez que esta situação é dada".

Esta exposição da noção do MANA fornece-nos abundantes elementos para demonstrar a sua presença clara e inequívoca nos comerciais de televisão. O MANA é, como vimos, valor mágico, religioso e social ao mesmo tempo. É IDENTIFICAR-SE COM A NOSSA DEFINIÇÃO DE VALOR SECUNDÁRIO DO PRODUTO. Vejamos um exemplo.

Em primeiro lugar, observamos muitos reclames apresentarem o produto anunciado como possuindo e sendo dotado de uma força ou eficácia próprias que darão a quem o usa sorte, sucesso, força, etc. Como não é difícil de perceber, estas várias palavras não são nada mais do que sucedâneos ou disfarces diversos da noção de MANA infiltrada nos anúncios. Por exemplo:

Anúncio: (Transcorre um diálogo entre uma menina e um menino, na residência deste último. Ele lhe mostra a sua imensa coleção de troféus. Surpresa, ela comenta: — “Quanto troféu! Como foi que conseguiu? — O meu professor de judô diz que é porque eu sou bom na queda. (Aparece uma competição de judô). O meu professor de natação, que é meu pai, né... diz que é porque eu sou do signo de peixes. (Ela ri). Meu professor de ginástica diz que é porque eu faço tudo correndo. (De repente, o garoto beija-lhe o rosto, pegando-a desprevenida. “Engraçadinho!” exclama a garota, em tom de censura). Meu professor de xadrez diz que é porque eu sou esperto até para comer. Você sabe, né Mocotó Inbasa tem muita vitamina — força —, tem muita proteína — inteligência. E o meu professor de nutrição... (Ela interrompe, surpresa) — E você tem isso? — É mamãe, Dete. Ela diz que é porque eu trato de ser campeão. — Ah, é? E você, o que é que diz? — Eu não digo nada, eu só como (e prova uma colherada da geléia). (Uma vez: “Mocotó Inbasa ajuda a vencer”).

Significação: A geléia aparece como a razão das vitórias, a fonte de MANA, o segredo de todas as conquistas e triunfos do garoto em todas as atividades a que ele se dedica.

Em segundo lugar, vimos que a noção de força mágica (MANA) e de ambiente mágico são inseparáveis. A propaganda se cerca de todo um ambiente minuciosamente preparado para impressionar e dar impacto ao produto. A noção de força de ambiente energiza o produto e este, por sua vez, transmite a sua energia ao ambiente. Exemplo: NESCAU

Anúncio: (Um menino e uma menina, cada um com um copo de Nescau na mão. Ouve-se um estrondo semelhante ao de um trovão, acompanhado de um raio. Surge um guer-

reiro que se aproxima, ameaçador, munido de uma espada dotada de um fecho luminoso. O menino avança para enfrentá-lo) — Super Nescau: mais vitaminas, mais força e energia. (O menino luta contra o adversário. Este consegue desfechar violento golpe na espada do garoto, a qual cai, em consequência, no chão. Encurralado e perdido, o garoto se espreme num canto enquanto o adversário se aproxima para desferir o último golpe. O menino se esquiva de força ágil e ladina e a espada do agressor atinge um interruptor de alta voltagem, recebendo uma mortífera descarga elétrica que o electrota. Enfim, o garoto é o vencedor. Terminado o combate, o menino volta a tomar sorridente o seu Nescau com a menina). Super Nescau: energia que dá gosto! (Aparecem 2 copos. Um é sugado pelo canudo até o fim e logo que seca, ouve-se novamente uma trovoad e o clarão do raio, símbolos da energia e do poder da natureza).

Significação: Neste reclame constatamos não só o contexto de energia do ambiente (trovão e raios), como também a noção, expressa no argumento anterior, de que o objeto que tem MANA transmite eficácia e força a quem se apodera dele ou o consome.

Em terceiro lugar, se é a categoria de MANA que explica os fenômenos mágicos e a eficácia da magia, o mágico é fundamentalmente aquela pessoa que tem MANA e manipula com o MANA. O MANA é a força do mágico; os nomes dos especialistas que atuam como mágicos são, em quase toda a parte, compostos dessa palavra — PEMANA GISMANA, MANE KISU, etc. Ora, já se aludiu à íntima relação entre magia e prestígio social ou poder e autoridade. De um lado, muitos magos, em virtude do poder que se lhe atribuíam de dominar as grandes forças da natureza em benefício do homem, se tornaram chefes e reis; e, de outro lado, muitos indivíduos que desfrutavam de posições de autoridade nas sociedades primitivas são conduzidos à prática da magia.

A relação entre prestígio e poder mágico é tão estreita que o próprio MANA polinésio simboliza não somente a força mágica de cada ser, mas também sua honra, e uma das melhores traduções dessa palavra é autoridade, riqueza.

Podemos observar que o MANA transmite poder e eficácia a quem entra em contato com ele e, inversamente, quem é dotado de MANA o transmite aos objetos que toca e usa. Por esta razão, os publicitários contratam pessoas que desfrutam de grande conceito ou prestígio, como ginastas, humoristas, futebolistas, atores famosos, artistas, médicos, cientistas, padres, cantores, enfim, toda e qualquer pessoa que ocupe uma posição de prestígio ou tenha se sobressaído pelos seus dotes extraordinários, dotando assim o produto anunciado do MANA que ela irradia. Tais pessoas, com efeito, sobressaíram em suas atividades justamente porque possuem MANA; e tendo MANA, o transmitem a tudo aquilo que tocam.

Em quarto lugar, conforme descrevemos, o MANA é por natureza contagioso, transmissível. O meu conceito de livro, p.ex., é algo abstrato e geral, válido e aplicável não só para ESTE livro que leio e que está diante de mim, mas igualmente extensivo a todo e qualquer livro existente, que existiu ou venha a existir na realidade ou no pensamento. Outrossim, quando o MANA é transmitido a um artigo determinado num comercial, para o consumidor que recebe a mensagem, o MANA é universalizado e passa a pertencer a todos os produtos da mesma marca ou do mesmo gênero. A homogeneidade do produto e a identidade da marca fazem a energia tornar-se uma característica universal presente a cada produto em sua singularidade. McULHAN, aliás, já havia chamado a atenção para esta notável e importante faceta de nossa sociedade industrial ao escrever o seguinte:

“Conta Margaret Mead que, quando levou exemplares de um livro para as ilhas do Pacífico, o fato foi um verdadeiro acontecimento. Os nativos já haviam visto livros, mas apenas um exemplar de cada, que eles tinham por único. Seu espanto ante a identidade de vários livros foi a sua resposta natural a algo que constitui, afinal de contas, o aspecto mais mágico e poderoso da imprensa e da produção em massa. Ele envolve um princípio de extensão por homogeneização que é a chave para o entendimento do poderio ocidental”. (1979: 199).

A Magia Contagiosa

A magia contagiosa existe em função da lei de contágio. Esta lei afirma que as coisas que uma vez estiveram em contato ainda continuam ligadas e influenciando-se reciprocamente, mesmo depois de interrompido todo o contato físico. Disto resulta que tudo o que se faça a um objeto material com quem uma pessoa esteve em contato, afetará de igual modo a pessoa, haja ou não o objeto formado parte de seu próprio corpo. FRAZER denomina os ritos baseados na lei de contágio de magia contagiosa ou contaminante.

A forma mais simples da lei de contágio — ou de contigüidade, como por vezes é denominada — é dada na identificação da parte com o todo. A parte vale pelo todo. Da mesma forma como uma parte decepada de um vegetal contém o poder de reconstituir a parte que lhe falta ao sazonar, julga-se que uma parte separada de uma pessoa leva em si sua essência, ou seja: os dentes, a saliva, o suor, as unhas, os cabelos, etc. representam integralmente a pessoa, de modo que, por meio deles, é possível agir diretamente sobre ela, seja para seduzi-la, seja para enfeitiçá-la. A separação não interrompe a contigüidade e pode-se mesmo reconstituir ou fazer um todo com a ajuda de uma de suas partes. Em outros termos, a personalidade de todo ser é indivisível e está inteiramente em cada uma de suas partes.

Podemos facilmente explicar esta noção de contigüidade mágica pela idéia do Mana. Uma pessoa ou coisa dotada de Mana impregna e transfere esta força a tudo quanto esteve em contato com ela. O Mana é essencialmente transferível e, entre o emissor do Mana e o receptor, estabelece-se um vínculo por efeito desta transferência. Um bom exemplo de transferência de Mana ocorre por ocasião das cerimônias de consagração de novos sacerdotes em muitas seitas cristãs. Pela imposição das mãos, o Mana de uma pessoa superior emana, devido ao contato, para um indivíduo inferior. O Mana dos sacerdotes já ordenados é assim transferido para o novo iniciado.

Vejamos alguns exemplos de magia aplicados a pessoas através de partes separadas delas.

Uma parte que se é comumente permanecer em conexão mágica com o corpo depois de haver sido separada fisicamente dele é o cordão umbilical. Em certas tribos da Austrália ocidental creem que um homem nadará bem ou não segundo sua mãe houvesse arremessado à água seu cordão umbilical ou não.

Quanto mais importante a pessoa, maior o perigo que ela pode correr em resultado de feitiços realizados nas partes descartáveis de seu corpo. Em relação aos cabelos, o modo mais simples de prevenir-se de possíveis riscos é não cortá-los. Tal foi a regra de comportamento que se impôs aos reis francos. Desde a infância proibia-se-lhes cortar o cabelo. Cortar os largos cachados que lhes caíam pela espádua era renunciar a seus direitos ao trono.

Fundindo ou confundindo as imagens, o selvagem é incapaz de diferenciar claramente entre palavras e objetos. Imagina, em geral, que o elo entre um homem e seu nome não é uma mera associação arbitrária ou abstrata, mas um verdadeiro e substancial vínculo que une os dois de tal modo que a magia pode atuar sobre uma pessoa tão facilmente por intermédio de seu nome como por meio de seu pelo, suas unhas ou qualquer outra parte material de sua pessoa. De fato, o homem primitivo considera seu nome próprio como uma parte vital de si mesmo e, em consequência, tem muito cuidado com ele.

O caso dos índios norte-americanos é ilustrativo. Consideram seus nomes não como rótulos, mas como partes de suas personalidades, da mesma maneira que o são os olhos ou seus dentes, resultando-lhes tão danoso o uso mal intencionado de seu nome como uma ferida que se lhes houvesse infligido em qualquer parte de seu organismo físico. Tem-se encontrado esta mesma crença entre as diversas tribos desde o Atlântico ao Pacífico e ocasionou numerosas regulamentações quanto à troca ou ocultação dos nomes.

Assim, alguns esquimós tomam nomes novos quando já são velhos, esperando por este motivo conseguir um novo crédito de vida.

Nas tribos da Austrália central todos os homens, mulheres e crianças têm, além de seu nome pessoal, que é de uso corrente, um outro nome secreto ou sagrado que lhes é conferido pelos maiores pouco depois do nascimento, o qual só é conhecido pelos membros iniciados totalmente no grupo. Exceto nas ocasiões mais solenes, este nome secreto nunca é mencionado. Pronunciá-lo ou ser ouvido por mulheres ou homens de outro grupo é o delito mais grave do costume tribal. Não obstante, nas ocasiões em que ele tem que ser mencionado, de é cochichado apenas e se toma as mais extraordinárias precauções para que não seja ouvido por pessoas estranhas aos membros do grupo.

A idéia de contigüidade, quer se realize pela relação prévia do todo com a parte, quer por contato accidental, implica a idéia de contágio. As qualidades, as doenças, a vida, a sorte, toda espécie de influxo mágico concebem-se como coisas transmissíveis através da cadeia simpática.

Nesta conformidade, em todos estes rituais mágicos, quando o mago ou bruxo almeja encantar alguém, trata de capturar uma parte do CORPO de sua vítima (pedaços de unhas, cabelos, saliva, etc.) ou algo que esteve em contato com ela. É curioso observar que, para a elaboração dos comerciais, algo de semelhante acontece. Os persuasores, através de pesquisas de motivação, analisam e selecionam os símbolos mais poderosos da MENTE que movem o comportamento dos consumidores. No primeiro caso, o ritual manipula os materiais tirados do corpo para enfeitiçar a vítima; no segundo caso, os publicitários manipulam com os símbolos presentes na mente dos consumidores e que toram "extratos" através do estudo psicológico ou psicanalítico do consumidor. Fundamentalmente, a publicidade se baseia sobre o conhecimento da natureza humana.

Importa salientar que, via de regra, para que um valor secundário possa unir-se ou associar-se a um produto, f. - se nister um rito de contágio. Em outras palavras, só através da magia contagiosa ou contaminante um valor simbólico (secundário) pode incorporar-se a um artigo ou a uma mercadoria.

Vejamos um exemplo:

BACARDI. Anúncio. (Uma garota toma o cálice das mãos de um rapaz no momento em que este o levava à boca. Ela prova e gosta. Nesse ínterim): — "Dizem que quando alguém bebe Bacardi no copo de outra pessoa, logo descobre o segredo — o segredo da pessoa e de Bacardi". (Uma atraente jovem repete o mesmo com um rapaz que estava sentado ao seu lado. Enquanto prova o rum, flerta-o de soslaio e percebe que ele estava apreciando as suas lindas pernas. E ajusta o vestido). — "O sabor exclusivo de Rum Bacardi não predomina nem desaparece." (Um rapaz apanha um copo de Bacardi em cima da mesa e o encaminha aos lábios. Um quarentão que se aproxima

por trás, ao que tudo indica seu pai, apodera-se do copo e prova-o): "Bacardi sempre combina. Este é o segredo de Bacardi". (O quarentão tira a chave do carro do bolso e coloca-a próxima ao copo, sobre a mesa). — "Rum Bacardi: o sabor que combina".

Parece repetir-se, na publicidade — entre as marcas e os produtos —, a mesma relação mágica que liga numa unidade a pessoa e o seu nome. Na mente do público, os nomes de marca e os produtos a que eles se referem não são senão uma coisa. É, portanto, fundamental fortalecer a personalidade de uma marca. Para tanto, a cor, a eufonia, a ilustração da marca, o seu número de palavras e sílabas, a sua originalidade, etc são fatores psicossociológicos que devem ser levados em conta em toda a campanha publicitária.

Registre-se, finalmente, que todos os anúncios acima mencionados fazem uso da lei de associação mental que desde o filósofo DAVID HUME é conhecida com o nome de "associação por contigüidade", amplamente usada na publicidade. A este respeito recordemos o que nos

diz LESLIE GILL:

"A lei de associação principal é denominada lei de contigüidade. Se duas ou mais experiências ou objetos estão associados na mente, aparecem na consciência ao mesmo tempo, ou em rápida sucessão. A causa e o efeito constituem a contigüidade mais evidente. (...) O publicitário pode associar seu produto a uma ou mais das qualidades abstratas, qualidades que a gente aprecia e admira nas coisas que possui ou lhe agradaria possuir. Os tecidos podem ligar-se às concepções de elegância e refinamento; os tapetes, com o conforto, a elasticidade e a tibiexa do lar (...) As modas estão associadas às idéias de bom gosto, à elegância ou à exclusividade (...) O uso frequente da lei de contigüidade, através de prolongados períodos de publicidade, favorece o publicitário solidamente acreditado, por isto que a repetição serve para reforçar as associações. Os nomes que se dão aos produtos nos permitem recordar, por meio da operação da lei de contigüidade, as imagens dos produtos, quando lemos esses nomes".

A Magia Homeopática

A magia homeopática se baseia na lei de semelhança. Esta lei pode ser enunciada da seguinte forma: "o semelhante produz o semelhante", ou então: "os efeitos se assemelham a suas causas". Aplicando esta lei, o mago deduz que para produzir determinado efeito desejado é preciso para tanto imitá-lo. Aos ritos mágicos baseados na lei de semelhança, FRAZER dá o nome de magia imitativa ou homeopática.

Ná prática, comumente os ritos combinam a lei da semelhança com a lei do contágio, a magia homeopática se mesclando assim com a magia contagiosa, visto ambas estabelecerem que as coisas atuam entre si à distância, mediante uma atração secreta, uma simpatia oculta. Quando se realiza um ritual mágico, imaginam-se efúvios que se desprendem dos corpos, imagens mágicas que viajam, laços que ligam o encantador e sua ação, cordões, correntes; até a alma do mágico parte para executar o ato que ele acaba de produzir.

Deste modo, tende-se a conceber a similaridade como contigüidade, i. por isto que nesta lei a similaridade equivale a contigüidade. A imagem está para a coisa como a parte está para o todo. Falando de outra maneira, uma simples figura é, fora de todo contato e de toda comunicação direta, integralmente representativa. Inversamente, a própria contigüidade equivale à similaridade e, portanto, a lei só é verdadeira se nas partes, nas coisas em contato e no todo, circula e reside a mesma essência que os torna semelhantes. Todas as três leis da magia que iremos estudar (semelhança, contágio e contrário) embora (tenham sido, cada qual em seu momento, separadamente conscientes, são naturalmente confusas e confundidas. Estas, evidentemente, são três fases de uma única noção que devemos separar. Voltaremos novamente em outra ocasião a abordar este ponto.

A aplicação mais típica e conhecida do princípio segundo o qual "o semelhante produz o semelhante"

está em espetar ou destruir uma imagem de um inimigo na suposição de que o que ocorre à imagem ocorrerá à pessoa que ela representa.

Muitas vezes os encantamentos recorrem à lei de semelhança. Num fragmento do ATHARVA-VEDA, livro mágico da Índia, para se conquistar o amor de uma mulher, costumava-se dizer o seguinte:

"Tal como a liana abraça a árvore, abraça-me também, se minha amante e não te afastes de mim.

Tal como a água, ao levantar vôo, bate no solo com as asas, assim eu bato no teu coração. Se minha amante e não te afastes de mim.

Tal como o Sol rodeia a Terra e o céu num mesmo dia, assim eu rodeio o teu coração. Se minha amante e não te afastes de mim".

A lei de semelhança não atua apenas nos encantamentos. Inúmeros ritos revelam a sua aplicação também nos medicamentos ou nos materiais utilizados nos ritos. Os azande, p. ex., afirmam: "Utilizamos tal

planta porque é como tal coisa", nomeando o objeto até o qual se dirige o rito. Da mesma maneira, dizem: "Fazemos isto e aquilo com o objetivo de que ocorra isto ou aquilo". A similitude entre o medicamento e o objeto se observa no seguinte rito zande: o fruto maduro do vuruma, redondo, acveludado e repleto de seiva leitosa, apresenta certa semelhança com o seio da mulher que acaba de dar a luz. Em consequência, costumam dar a raiz desta planta, em uma infusão, à mãe, se esta não pode proporcionar leite em grau suficiente ao filho.

Quatro dias antes de confiar a semente à terra, os índios pipiles da América Central mantinham-se afastados de suas mulheres. Esta continência sexual cessava na noite anterior à sementeira, quando então eles se entregavam às paixões com todo o ímpeto. Comentava-se que algumas pessoas eram nomeadas para executar o ato sexual no mesmo instante em que as primeiras sementes eram depositadas na terra. A cópula neste momento foi realmente prescrita como um dever religioso pelos sacerdotes; se negligenciassem ou falhassem neste seu dever, a sementeira era tida por ilegal. Em assim o fazendo, eles acreditavam que recorrendo à reprodução humana, poderiam ativar ou influir na fertilidade das plantas.

É freqüente o selvagem considerar sua sombra no solo e seu reflexo ou imagem na água ou num espelho como sua alma ou, em último caso, como parte vital de si mesmo. Eram, portanto, uma fonte constante de perigos para ele, pois, se fosse maltratada, golpeada ou ferida, ele sentiria o dano como se fosse feito à sua pessoa, e se ficasse separada dele por completo — como ele acreditava possível — a pessoa morreria. Na ilha de Wetar havia bruxos que faziam adoecer uma pessoa, ferindo sua sombra com uma lança ou com um sabre.

Assim como muitos povos criam que a alma humana estava na sua sombra, acreditavam também que estava na imagem refletida na água ou num espelho. Assim, os nativos das ilhas Andaman consideravam as suas imagens refletidas em algum espelho como suas almas. Quando os motumutu da Nova Guiné viram sua imagem em um espelho, acreditaram

que o que viam eram suas próprias almas.

Os basutos diziam que os crocodilos tinham o poder de matar a uma pessoa arrastando sua imagem sob a água. Quando algum basuto morria subitamente, sem nenhuma causa aparente, seus familiares alegavam que algum crocodilo agarrara seu reflexo, quando ele cruzara uma vez o rio. Na ilha Sadle, na Melanésia, há uma lagoa da qual se dizia que aquele que nela olhasse, morria; o espírito maligno se apoderava de sua vida através de seu reflexo na superfície da água.

É a partir destes costumes muito antigos que FRAZER explica a famosa lenda do belo Narciso. Com efeito, era máxima, tanto na Índia antiga como na antiga Grécia, o não mirar-se a água. Os gregos consideravam ainda como presságio de morte sonhos em que a pessoa se visse refletida na água. Eles temiam que os espíritos das águas arrastassem a imagem refletida da pessoa, que era a sua alma, sob a água, deixando-a assim "desalmada" e fadada à morte. Tal teria sido provavelmente a origem da lenda clássica do belo Narciso, que enfraqueceu e morreu ao ver sua imagem refletida na fonte.

Do mesmo modo ao sucedido com as sombras e os reflexos, freqüentemente considera-se que os retratos contêm a alma da pessoa retratada. Todos aqueles que alimentam esta crença detestam ser fotografados, visto que se o retrato é a sua alma ou uma parte vital de si mesmo, quem o possua poderá exercer uma influência nefasta sobre a pessoa retratada: FRAZER narra que, certa vez, na parte baixa do rio Yokón, um explorador se dispôs a fotografar as pessoas enquanto elas transitavam por entre as casas. Enquanto enfocava a máquina, o chefe da aldeia aproximou-se e insistiu em olhar sob o pano negro da máquina fotográfica. Sentou-se permatido, contemplou atentamente por um minuto as figuras movendo-se no vidro embaçado. Depois, de súbito, tirou a cabeça e gritou o mais forte que pôde aos outros: "Todas as vossas sombras estão metidas na caixa". Sobreveio o pânico entre as pessoas e em um instante elas desapareceram atropeladamente em suas casas.

Temos visto até o presente ape-

nas ritos mágicos, mostrando panoramicamente como neles opera a lei de similaridade. Quando voltamos a nossa visão para os comerciais televisados, damos-nos conta de não ser totalmente infundada a reação de pânico manifestada pelos nativos quanto às duplicações dos objetos reais em forma de reflexos na água, em espelhos, ou ainda no tocante às imagens reveladas em fotografias ou filmes. Os primitivos tinham plena consciência da possibilidade de serem enfeitados através da manipulação das imagens, tal como ocorre sistematicamente com os reclames. O que estava consciente na mente dos primitivos acha-se agora inconsciente na mente dos civilizados. Não temos a menor noção dos conteúdos profundos manipulados pelos publicitários por intermédio das ondas hertzianas através desta caixa mágica chamada televisão. Por isso, não nos esquivamos nem tememos os comerciais.

É importante ter em mente que, na publicidade, o personagem dirige-se ao telespectador, a mensagem publicitária tendo de como fim e objetivo. O fato de o personagem usar o produto para simpaticamente induzir o consumidor a adotar idêntico comportamento evidencia a atuação da magia homeopática na aldeia global. Os fatos falam por si.

1. MYRURGIA

Anúncio: (Natalia do Vale, conhecida atriz, dentro de um carro em movimento) — "Daqui a pouquinho eu vou abrir esta porta e vou enfrentar mais uma vez os FASISTES, os diáres, as críticas.... ah, não é fácil não! Nessas horas eu preciso de uma dose dupla de confiança. E se tem uma coisa que me ajuda é isso aqui: o pô compacto Hlbbasch Promessa da Myrurgia. Com o Promessa em me sinto ótima, bonita... sei lá! (Falando para si mesma, diz): Vamos lá, Natalia. (A atriz desce do carro em frente a um luxuoso hotel e é cercada por fãs e fotógrafos). Finaliza uma voz masculina: "Use Promessa da Myrurgia, beleza em pô).

Significação: Se você comprar o Promessa da Myrurgia, incorporará em si o segredo da beleza e da segurança de Natalia do Vale. Da mesma maneira como ela usa o pô, a consumidora usará também. A semelhança produz o semelhante.

2. TALLY-HO

Anúncio: "Chegou o novo Tally-ho Dinamic" (Uma figura masculina e outra feminina em uma seção de ginástica ou num treino de dança).

— "Tally-ho, mais proteção de verdade para gente ativa".

Significação: Se você quer tornar-se uma pessoa forte, ágil e dinâmica, use Tally-ho desodorante. Deve-se aqui atentar para o fato de que a leitura subliniar não segue a lógica linear e unidirecional da consciência. O sentido racional ou consciente seria: "Eu vou usar Tally-ho porque sou uma pessoa ativa". Mas a leitura inconsciente do consumidor segue também um caminho inverso: "Eu sou ativo porque uso Tally-ho". Esta reversão lógica patenteia o caráter mágico do pensamento humano. O ser ativo se desloca da pessoa e impregna o desodorante que, por

efeito da publicidade, torna-se fonte de dinamismo e atividade (conforme indica claramente o nome do produto — Tally-ho Dinamic). O ser ativo passa a ser determinado pelo desodorante. Daí o seu poder mágico.

3. EMBASSY

Anúncio: (Uma mulher com ar apaixonado em tom de confissão sentimental): — "Agora não consigo pensar em Marelo sem pensar em Embassy. OU SERÁ O CONTRÁRIO? Bem, eu já compreí outro Embassy para ele. Assim nosso amor não corre risco nenhum — Embassy: o perfume do homem que elas gostam.

Significação: A reversão mágica é aqui descrita exemplarmente pelo anúncio de forma clara e inequívoca. Na mente da mulher, Embassy e o

homem amado se confundem. Embassy torna-se, conseqüentemente, um fetiche imprescindível para estimular e alimentar o seu amor. Para senti-lo, precisa dar-lhe Embassy. Em outras palavras, se você quiser ser amado e querido, use Embassy. E se tomará objeto de um grande amor.

"(...) a lei de similitude nas associações, escreveu LESLIE GILL, implica que nossas atividades presentes, e nossos pensamentos e sentimentos do momento, tendem a rever como atividades, pensamentos e sentimentos procedentes de estados similares anteriores que se repetem. A lei de similitude une, com efeito, na consciência, coisas muito remotas, tanto no espaço como no tempo".

A Magia Alopática

Afirmamos que a lei do contrário e a da semelhança se ligam por quanto na verdade; não há contrariedade sem similaridade, da mesma forma que não há similaridade sem a noção de contrariedade. Os exemplos que daremos mostraram isto com muita clareza.

A Magia Alopática toma por base a lei do contrário. Esta lei está intimamente ligada à lei de semelhança. Nesta, vimos que o semelhante, evocando um semelhante, afugentava um contrário; quando se fazia derramar água, provocava-se a chuva, evitando-se assim o seco. A lei do contrário pode ser formulada dos seguintes termos: "o contrário afugenta seu contrário, suscitando sua semelhança" (MAUSS, 1974: 101).

Se na magia homeopática, quando se queria fazer chover, manipulava-se com água ritualmente, aqui deve-se observar as regras de conduta exatamente opostas. Entre us toradjas, o "doutor de chuvas", cuja ocupação especial é afastar a chuva, tem cuidado de não tocar em água antes, durante e nem depois do desempenho de seus deveres profissionais. Não deverá lavar as mãos

nem banhar-se. Só poderá beber um certo tipo de vinho. Estando assim preparado para a tarefa, retira-se a uma pequena choça que construiram para ele nos arredores da aldeia, em um arrozal, e nesta choça mantém um fogo pequeno que de nenhum modo pode consentir que se apague. Neste fogo queimam várias espécies de madeira que se supõe possuam a propriedade de afastar a chuva; sopra na direção por onde teme que sobrevenham as chuvas, mantendo em suas mãos um embrulho de folhas e cascas, cuja virtude de afastar as nuvens não provém de suas propriedades químicas, mas por serem seus nomes coincidentes com significados de algo volátil e seco. Se, enquanto ele está na tarefa, aparecem no céu as nuvens, recolherá cal na concavidade das mãos e a soprará na direção por onde aparecem. É evidente que sendo calmuíta seca, será apropriada para dispersar as nuvens úmidas. Se, por acaso, ele desejar fazer chover, somente terá que derramar água sobre o fogo, na choça, e imediatamente choverá em abundância (FRAZIER, 1944: 90). Neste caso, o fogo (contrário) afugenta a chuva (seu contrário), suscitando assim o seu semelhante (o, sol).

Na Índia védica, para curar a febre, despeja-se em cima dum ra à água com que lavou o doente. O frio da ra acalmava o ardor da febre (BOUSSON, s.d.: 36). Embora, neste rito, o frio da ra deva atuar sobre o calor do doente, há neste contraste a similaridade: a frieza da ra provocará o esfriamento do enfermo.

Já tínhamos visto que se concebia a similaridade (lei da semelhança) com contigüidade (lei do contágio) e, inversamente, a própria contigüidade equivalia à similaridade e, portanto, a lei só é verdadeira se nas partes, nas coisas em contato e no todo, circula e reside a mesma essência que os torna semelhantes. Agora, tomamos ciência quão intimamente próximas estão as noções de contrariedade e similaridade, uma se mesclando à outra. Desta forma, todas estas representações abstratas e impessoais de similaridade, de contigüidade e de contraste, se bem tenham sido, cada qual em seu momento, separadamente conscientes, são naturalmente confusas e confundidas. Estas evidentemente são três faces de uma única opção que devemos separar (MAUSS, 1974: 102).

Aliás, os mágicos que mais refle-

tiram a respeito de seus ritos tiveram perfeitamente noção desta confusão. Os alquimistas têm um princípio geral que parece ser, para eles, a fórmula perfeita de suas reflexões teóricas e que gostam de antepor às próprias receitas: "Um é o todo, e todo é um" (1974: 102).

"Tudo se assemelha e tudo se toca". Esta espécie de patetismo mágico daria síntese de nossas diversas leis. Os ocultistas partem da concepção de que a substância é originalmente indiferenciada, mas que, depois, diferenciou-se numa multidão de elementos, cada um dos quais passou a pertencer a um dos três reinos (divino, astral ou material), em que os elementos apresentem relações invisíveis, uma vez que todos surgiram de uma única substância indiferenciada inicial (FANTONI, 1977: 11).

Esta unidade universal ou harmonia de que as várias leis são decorrentes encontra-se expressa na Tábua Esmeralda, onde se afirma que "O que está embaixo, é como o que está em cima e o que está em cima é igual ao que está embaixo, para realizar os milagres de uma única coisa" (TRIMEGISTOS, 1978: 127). Da mesma forma, na Quarta Eneada de HOFMANN, encontramos expresso o mesmo conceito de correspondência mágica entre os vários elementos do universo:

"(...) é a mútua simpatia das coisas, o acordo entre aquelas que são semelhantes, as lutas das que são contrárias, a variedade das potências dos diversos seres que concorrem para formar um único animal (...) Se tocamos um ponto de uma corda esticada, agitamos todos os outros. Quando se faz vibrar uma das cordas de uma lira, todas as outras vibram em uníssono, porque pertencem a um mesmo sistema de harmonia (...) A lei do mundo é esta harmonia" (FANTONI, 1977: 12).

Embora o seu uso seja menos frequente do que o das outras duas leis antes referidas, a lei do contrário é utilizada da publicidade especialmente em reclames que tenham relação com a medicina e a farmácia. Isto deve-se ao fato de a alopatia basear-se fundamentalmente na ideia de oposição, combatendo as doenças com meios a elas contrários.

É por isso que denominamos ao uso desta lei de "magia alopatia". Eis alguns exemplos de suas aplicações comerciais.

1. ANADOR

Anúncio: (Uma voz sinistra) — "Ela pode atacar você a qualquer momento, em qualquer lugar". (Música de suspense. Uma mulher sozinha lê à noite um livro na sala de estar. A câmera a focaliza soturnamente em vários ângulos, como se estivesse perscrutando. Ela percebe a presença estranha, vira-se para a câmera e, sobressaltada, abre a gaveta e de lá retira um envelope com alguns comprimidos de Anador. Com vigor e firmeza, mostra-o à câmera, tal como um exorcista o faria com o crucifixo em presença do próprio demônio. Ouve-se uma música luminosa e intensa).

— "Dor de cabeça não tem hora. Tenha sempre à mão Anador comprimidos".

Significação: A função de amuleto do Anador, protegendo a pessoa contra os ataques da dor, é evidente.

2. CEBION

Anúncio: (Um campeão de natação com um copo de Cebion à beira da piscina): — "Eu tomo Cebion porque não posso estar gripado".

— "Eu também não posso", diz um chofer de taxi sentado no interior de seu automóvel".

— "Gripe? Vira essa boca pra lá", exclama uma jovem arquiteta em frente a sua prancheta de trabalho.

(Retorna a cena para o campeão): — "Tome Cebion. Você também precisa de mais proteção e energia".

(Um locutor): "Cebion: a mais gostosa vitamina C pura!"

(Mensagem escrita: ENERGIA CONTRA GRIPE).

3. CASA LUX OTICA

Anúncio: (Serenamente sentado num compartimento vazio e na penumbra, um homem começa a falar): — "Tem gente que precisa de óculos de grau, mas não usa. Diz que incomoda, que envelhece, que machuca. Quando a gente não quer, qualquer desculpa serve. Olha, a visão é um negócio muito mais sério do que muita gente pensa. Quem sempre teve, não sabe o que é perdê-la. A gente acha que só pode acontecer com os outros. Não que um cego não possa ser feliz, mas é bem melhor ser feliz vendo tudo. Pense bem. Óculos apropriados podem até dar charme e dis-

finção. Consulte o seu oculista. Entregue a sua receita a uma casa séria, que trata do problema profissionalmente. Eu, por exemplo não preciso usar óculos de grau. Mas gostaria muito de poder usá-los". (Levanta-se, vagarosamente, com o auxílio de uma bengala).

SIGNIFICAÇÃO: Altamente persuasivo, o reclame aconselha de uma forma dramática o uso de óculos como um meio preventivo para evitar ou tornar a pessoa livre de problemas indesejáveis (má visão ou algo pior). E quem recomenda não é nada menos do que a autoridade mais competente no tocante ao valor e à importância da visão — o cego!

4. DERMIL POMADA

Anúncio: (Desfilam vários meninos, brancos, negros, amarelos. Sentam-se, acocoram-se, urinam, etc. Uma voz feminina cantarola:)

— "Brasil, meu Brasil brasileiro. Meu mulato inzoneiro, vou cantar-te nos meus versos..." (continua o solo de Aquarela do Brasil).

(volta um coro): — "Contra assaduras use dermil nas dozinhas e bundinhas dos nenês do meu Brasil varonil. (Um nenê desfila portando uma bandeira do Brasil).

SIGNIFICAÇÃO: O rimar de DERMIL-BRASIL-VARONIL faz evocar a poesia em verso que é, sob certo aspecto, uma herdeira da magia no plano da arte: as rimas fazem sobreviver a lei da similaridade entre as palavras. Dermil associa-se ao Brasil por meio das crianças, pois são elas que no vídeo empunham a bandeira do Brasil.

Em todos estes casos supracitados, constatamos a aplicação da lei de oposição sob diversas formas. Sem embargo, conforme o dissemos no início deste capítulo, a lei de oposição está intimamente vinculada e mesclada à lei de similaridade (e, em consequência, à de contágio). Isto quer dizer o seguinte: todos estes reclames citados só têm sentido comercial se o consumidor vier a adotar a conduta sugerida no vídeo. Assim sendo, todos estes exemplos incluem-se também na lei de similaridade e na de contágio.

Damos, assim, por finda a exposição das três leis de associação, bem como suas respectivas aplicações na magia e na publicidade. Sobre a importância da associação para a publicidade, gostaríamos de citar L. GILL:

"A associação é um dos elementos fundamentais da psicologia da publicidade. A "associação de idéias" é regida por certas leis. O conhecimento destas leis é um fator que contribui no conhecimento do processo psicológico da persuasão (s. d.: 209).

O grande antropólogo TYLOR foi o primeiro a observar que estas leis da magia são apenas leis de associação de idéias, com diferença de que na magia a associação subjetiva de idéias leva à associação objetiva dos fatos; em outras palavras, as li-

gações fortuitas de pensamentos equivalem às ligações causais das coisas. Desta forma, a lei de semelhança está baseada na associação de idéias por contiguidade; a lei de contrário está baseada na associação de idéias por oposição. Agrupando estas três formulas em uma podemos dizer que similaridade, contiguidade e contrariedade equivalem à identidade, simultaneidade e oposição, no pensamento e nos fatos (1974: 93-94).

É notável que, diante destas declarações de TYLOR, nenhum es-

tudioso tenha percebido nem se dado ao trabalho de investigar a fundo as relações entre a magia e a publicidade. A ausência, pelo que sabemos, de todo e qualquer trabalho nesta área estimulou-nos a emprender esta arriscada e empolgante viagem, sem nenhum guia ou mapa que nos servisse de apoio, contando apenas com a bússola de nossa intuição.

A Antropofagia do Consumo

Há muito tempo atrás dos sinantropos, nossos ancestrais da Idade da Pedra, cultivavam o estranho hábito de comer carne humana. Embora surgido em eras tão remotas e antigas, o canibalismo prolongou-se até os séculos recentes em partes da África, em áreas tropicais do Novo Mundo — como no Brasil — e em algumas ilhas dos Mares do Sul.

A antropofagia jaz subjacente a crença de que, comendo a carne de um homem, adquire-se não só as suas qualidades físicas, mas também as suas qualidades intelectuais e morais. Quando a criatura comida era considerada divina, supunha-se que, junto com a sua substância material, absorvia-se uma parte de sua divindade. Em outras palavras, a ingestão da carne permite a absorção do Mana da criatura comida. Esta concepção que acompanha a dieta de carne refere-se não apenas aos seres humanos, mas também a diversos animais que os homens primitivos viviam em contato. Para efeito de ilustração, começaremos dando exemplos desta crença em relação aos animais.

Os creeks, cherokees e outras tribos que lhes eram aparentadas acreditavam que a natureza possuía a propriedade de transferir a homens e animais as qualidades dos alimentos que usavam ou dos objetos presentes a seus sentidos; o que se alimentava de carne de veado era, supunha-se, mais veloz e sagaz do que aqueles que se alimentavam de gado manso ou porco.

De uma forma semelhante, alguns índios brasileiros não querem comer animal quadrúpede, pássaro ou peixe que corre, voa ou nada vagarosamente. Temem que, participando de sua carne, percam suas faculdades e fiquem sem habilidade para escapar dos seus inimigos.

Na Índia setentrional, as pessoas imaginavam que aquele que comia olhos de uma coruja poderia ver na obscuridade da mesma forma que as corujas.

Vejamos agora alguns exemplos da dieta de carne aplicados aos homens. Quando os basutos das montanhas matavam a um inimigo muito bravo, imediatamente arrancavam o coração e o comiam na suposição de que obteriam valentia e forças para lutar.

Os guerreiros das tribos theadora e ngarigo do sudeste australiano comiam as mãos e pés de seus inimigos mortos, crendo que por este meio adquiririam algo das qualidades e valor dos mortos. Os kamilarois de Nova Gales do Sul comiam o fígado assim como o coração de um homem bravo para obter sua bravura.

Para finalizar esta seqüência de exemplos, além de animais e homens tidos como comuns ou vulgares, citaremos um exemplo em que a criatura comida era considerada divina ou mensageira dos deuses.

Os ainos, habitantes das ilhas japonesas, durante os festivais de ma-

taça do urso que era considerado um mensageiro dos deuses, por vezes bebiam de seu sangue para que o valor e outras virtudes próprias ao animal passassem a eles; outras vezes embuzavam suas vestes com o sangue do urso com o objetivo de ter sorte em suas caçadas.

Comenta FRAZER: "Agora é fácil entender porque um selvagem desejará participar da carne de um animal que considera divino; comendo o corpo do deus, participará dos poderes e atribuições do deus. E quando o deus é um deus do grão, este é seu próprio corpo; quando é um deus da vinha, o suco da uva é seu sangue, de maneira que, comendo o pão e bebendo o vinho, os fiéis participam do verdadeiro corpo e sangue de seu deus. Assim, pois, beber vinho nos ritos de um deus da vinha como Dionísio (Baco), não é um ato de pândega: é um sacramento solene".

Veremos, ainda, um caso de teofagia em que a criatura devorada não era um animal, mas um ser humano.

Segundo um relato, uma jovem sioux de 14 ou 15 anos foi capturada pelos pannees, sendo guardada e bem tratada durante seis meses. Após uma série de rituais e cerimônias foi finalmente sacrificada. Ataram-na a uma espécie de forca e assaram-na a fogo lento por algum tempo; depois a mataram a bechadas. O chefe dos vitimários arrancou-lhe o coração e o devorou; se-

pararam sua carne dos ossos e cortaram em pedacinhos, os quais foram colocados em cestas e transportados ao campo de milho mais próximo. Ali, o chefe supremo pegou um pedaço de carne de uma destas cestas pequenas e espremendo-o deixou cair umas gotas de sangue sobre os grãos recém depositados no solo. Seu exemplo foi seguido pelos demais até toda a semente ter sido orvalhada com o sangue e depois a cobriram de terra. O corpo da vítima foi reduzido a uma espécie de massa com a qual esfregaram ou salpicaram não só no milho mas também nas batatas, nos feijões e outras sementes para fertilizá-las. Por este sacrifício esperavam eles ter colheitas abundantes.

Comenta FRAZER: "Como vemos, entre os pawaes, o chefe devorava o coração da jovem sioux (...). Se, como supomos, a vítima era considerada como divina, se segue que, comendo de sua carne, os adoradores se supunham participantes do corpo de seu deus".

Estes exemplos nos parecem mais do que suficientes para termos uma idéia do que é antropofagia e qual o seu significado para os povos que a praticavam.

É realmente espantoso que, decorridos milhares e milhares de anos, atitudes basicamente semelhantes às descritas a respeito dos primitivos se verifiquem diante de desodorantes, sabonetes, refrigerantes e uma infinidade de miudezas que adquirimos em qualquer supermercado.

Com efeito, conforme o exposto até agora nos capítulos precedentes, a magia contagiosa e a homeopática (e mais a alopatia) que nos leva a adquirir os produtos anunciados. Entretanto, resta ainda por explicar o sentido e a natureza do consumo — foz de todo o fluxo das mercadorias. O seu esclarecimento nos faz remontar ao milenário simbolismo antropofágico: na antropofagia pura e simples, o nativo come diretamente a carne da pessoa ou ser que deseja incorporar as qualidades. Se é um ser divino, a partir da ingestão ritual do mesmo, pode participar de sua divindade. Nestes casos, a incorporação se dá de uma forma direta e imediata. Por efeito da publicidade, surgiu um sucedâneo moderno do antiquíssimo costume: a ANTRO-

FOFAGIA DO CONSUMO. Os artigos, por efeito da magia contagiosa, além das suas propriedades físicas ou qualidades, dotam-se de valores secundários que se supõe apropriáveis e incorporáveis através de seu uso ou posse. A antropofagia do consumo é, pois, a incorporação da imagem ou do valor secundário peculiar ao produto. Como no anúncio, a imagem normalmente (embora nem sempre) adere ou impregna o objeto por efeito e influência de pessoas presentes no comercial, na verdade a incorporação da imagem equivale à assimilação da pessoa. O valor e qualidades da pessoa são transferidos para o objeto; o consumidor não a come diretamente, mas devora ou consome o objeto e, de uma forma indireta e por contágio, apodera-se homeopaticamente do Mana do anunciante que aí se encontrava depositado e transferido.

Ressalvamos, porém, que a ingestão do Mana, através do consumo, nem sempre possui um caráter estritamente "antropofágico". Do mesmo modo que a dieta da carne aplicava-se a animais e a outros seres considerados divinos, deve-se entender a antropofagia do consumo num sentido amplo de incorporação do valor secundário do objeto, quer este esteja associado a uma figura humana, quer a um outro ser ou mesmo a um ambiente manalizado, ou ainda a um simples encantamento. Exemplos concretos elucidarão nossa argumentação:

1. GESSY-LEVER

Anúncio: (Cenas diversas com a bela atriz banhando-se com o sabonete, passeando, namorando, etc.) — "Michelle Pfaffer, jovem estrela internacional, usa Lux Luxo. Lux Luxo contém óleos naturais, tão naturais quanto os de sua própria pele. Sua espuma é mais rica e muito mais cremosa. Lux Luxo deixa a pele suave e macia.

(E a atriz confessa): — "Eu sempre vou preferir Lux Luxo para cuidar da beleza da minha pele". (O vídeo mostra o sabonete empacotado e ainda os dizeres: "O sabonete de beleza das artistas internacionais").

Significação: Por efeito do contágio, a beleza e o encanto da atriz impregna o sabonete. Assim, ao usá-lo, qualquer mulher poderá incorporar magicamente as colhidas

qualidades da artista. Este comercial combina a magia contagiosa com a homeopática. A antropofagia, aliás, pressupõe tanto a lei do contágio quanto a da semelhança.

2. IOGURTE NATURAL VICON

Anúncio: (Música provocante. Uma vez com um quê de malícia dá o recado, enquanto Rose mostra toda a beleza de seu corpo escultural diante da câmera indiscreta). — "Uma das mulheres mais belas deste país. Pele perfeita, corpo perfeito: Rose de Primo, atriz, "maneca" e carioca. Rose, você poderia abrir a boca para provar que é também inteligente?" (Ela, então, arranca o involuço do copo e, olhando capciosamente para o telespectador, prova com a língua o iogurte. Lambuzo, a seguir, o dedo com o produto e o passa em seu busto todo bronzeado pelo sol.) "Iogurte Natural Vicon: faz bem até para os olhos!"

Significação: O fascínio sensual de Rose é transferido para o produto no momento em que ela o ingere e o coloca no seio. O iogurte passa a ser ela e ela o iogurte, para o telespectador. O consumidor rompe o involuço e prova o iogurte como se estivesse numa relação erótica: o iogurte, como Rose, é bom para os olhos. A propósito, não é por mero acaso que popularmente os brasileiros optam em dizer "eu comi" a "eu tive relações" com uma mulher. O anúncio parece explorar o cambalismo sexual difuso entre os brasileiros. Para o consumidor, Rose e o iogurte se misturam e confundem, o que é um fenômeno tipicamente mágico (MAUSS, 1974: 92). O Mana se desloca da pessoa para o produto e a relação antropofágica se realiza de uma forma transferencial.

3. DU LOREN

Anúncio: (Diante da câmera um lindo corpo de manequim. A moçola tira a calcinha que veste e, por baixo dela, aparece outra. — "Du Loren, Du Loren. Você fica linda e se sente linda". (Tira outra calcinha e novamente aparece outra por baixo). — "É Du Loren e você por dentro".

Significação: No instante preciso em que a mensagem verbal anuncia "É Du Loren e você por dentro", vê-se o corpo perfeito da manequim. Cristaliza-se, então, na mente

das mulheres, uma tripla associação: a da beleza com a calcinha, a da calcinha com a eventual compradora e, finalmente, a da beleza com a consumidora — "É Du Loren e você por dentro". Através da calcinha, a consumidora incorpora a beleza da manequim. "Você fica linda e se sente linda".

Sumariando todo o exposto, cada vez menos consome-se os artigos pelo que eles são em si e mais pelo

que eles representam. Os publicitários associam aos produtos determinados valores secundários, criteriosamente selecionados entre os mais eficazes após o estudo e o conhecimento do consumidor. Quando este se apropria do objeto, o consumo, em si mesmo, revela-se como um ato antropofágico de incorporação da imagem ou do valor secundário de que ele é dotado. Só a antropofagia explica satisfatoriamente o momento

derradeiro e decisivo a que se destina o ritual publicitário: o sentido profundo do consumo.

Este caráter antropofágico é tão intenso que o ato aquisitivo se torna por vezes o descarregamento de impulsos agressivos e de tensões acumuladas. Compra-se o máximo que se pode. Invadimos as lojas movidos por uma ansia sófrega, por uma vontade desavairada, impulsiva e insaciável de poder. É a catarse fantasmagórica do consumo.

Conclusão

Poderíamos esquematizar o desenvolvimento deste ensaio basicamente em três momentos fundamentais: 1) pela magia contagiosa, um valor secundário imprugna o produto, fazendo-o dotado de um sobrelavor socialmente cobijado e prestigiado; 2) pela magia homeopática, a massa passa a adotar o comportamento sugerido na publicidade; 3) o que pode ser explicado pela incorporação antropofágica do símbolo imane ao ato de consumo.

Assim sendo, os objetos consumidos possuem um sentido mágico ou simbólico que é apropriado pelos consumidores e "digeridos", quer dizer, INCORPORADOS. É evidente, portanto, que o EU se alimenta do MEU, o que a pessoa é sendo avaliado pelo que ela tem. Em outras palavras, a noção de identidade mensura-se socialmente pela noção de propriedade.

Se os homens se avaliam pelo que possuem, não vivem mais EM SI, mas FORA DE SI, quer dizer, são guiados heteronamamente por forças que fogem ao seu controle e não lhe pertencem. A questão pode ser facilmente considerada a partir de uma reflexão sobre o problema da liberdade na sociedade industrial. O homem é livre para suprir as suas carências e necessidades pessoais. Entretanto, as carências que sentimos são, em grande medida, "falsas carências", ou seja, não tiveram uma origem interna, mas foram forjadas tão somente em função das necessidades produtivas da sociedade (MARCUSE, 1973: 26). Quanto mais se expande, o capital engendra novas "falsas necessidades" que logo se apressa a suprir (GALBRAITH, 1972). Os meios de comunicação — sistema nervoso da sociedade — projetam um ID coletivo, extensão autônoma

e prolongamento de diversos ids singulares, o qual passa a controlar os impulsos, as pulsões e necessidades de todos os indivíduos da sociedade. A base pulsional do comportamento individual emana, portanto, de um inconsciente coletivo fabricado pelos meios de comunicação de massa.

Para obter o controle do comportamento humano, os persuasores lançam mão do imaginário que guia, dá sentido e orienta a conduta dos consumidores que pretendem atingir. As entrevistas em profundidade e as pesquisas de motivações existem precisamente com esta finalidade. Uma vez conhecidos os símbolos mais poderosos e sugestivos, os publicitários estão de posse do material mágico que lhes permitirá entufar e encantar os consumidores.

"A liberdade", assim a definiu um reclame de jeans, "é uma calça velha, azul e desbotada".

"Não existe verdadeira responsabilidade sem relógio Lip".

Os cigarros Hollywood trazem para os fumantes o sucesso e a coca-cola se torna uma fonte inesgotável de sorrisos.

O que importa assinalar é que quando um valor secundário imprugna um objeto por efeito da magia contagiosa, o IMAGINÁRIO É REIFICADO e os símbolos e valores aderem às mercadorias e bens de tal forma que a escravização ao consumo se converte na única via social de acesso à liberdade, à felicidade e ao bem-estar.

Os manipuladores de símbolos só conseguem esta proeza notável — este incrível controle sublimar do comportamento humano — pelo uso e emprego da magia na alceia global.

Referências Bibliográficas

- BAUDRILLARD, JEAN. O Sistema dos Objetos. São Paulo, Perspectiva, 1973.
- BOISSON MAURICE. A magia. Lisboa, Ed. Ulissés s.d.
- BOYD & WESTFALL. Pesquisa Mercadológica: texto e casos. Rio de Janeiro, Ed. da Fundação Getúlio Vargas, 1982.
- CHILDS, HIRAWOOD L. Relações Públicas, Propaganda & Opinião Pública. Rio de Janeiro, USAID, 1964.
- DUURKHEIM, E. As Regras do Método Sociológico. São Paulo, Companhia Editora Nacional, 1971.
- ECO, UMBERTO. Apocalípticos e Integrados. São Paulo, Perspectiva, 1979.
- ELIADE, MIRCEA. Ferreiros e Alquimistas. Rio de Janeiro, Zahar, 1979.

- ESPINALT, CARLOS M. Manual da Propaganda Moderna. São Paulo, Hermus, s. d.
- EVANS-PRITCHARD, E. F. Bruxaria, Magia y Oráculos entre los Azandes. Barcelona, Editorial Anagrama, s. d.
- FANTONI, BRUNO A. L. Magia e Parapsicologia. São Paulo, Ed. Loyola, 1977.
- FIRTH, RAYMOND. Primitiva Magic. In: Encyclopaedia Britannica, 14: 571-573.
- Tipos Humanos. São Paulo, Mestre Jou, 1978. Cap. 6. —
- FRAZER, J. G. La Rama Dorada, Magia y Religión. México, Fondo de Cultura Económica, 1944.
- FREUD, Sigmund. Totem e Tabu. In: Edição STANDARD Brasileira das Obras Psicológicas Completas de SIGMUND FREUD. Rio de Janeiro, Imago Ed. Ltda., pp. 97-123, V. 23.

- GALBRAITH, J. K.** O Efeito da Dependência. In: Meios de Comunicação de Massa, org. C. S. Steinberg. São Paulo, Cultrix, p. 476-482.
- GILL, LESLIE E.** Publicidad y Psicología. Buenos Aires, Editorial Psique, s. d.
- HOPKINS, CLAUDE.** A Ciência da Propaganda. São Paulo, Cultrix, 1981.
- LEDUC, ROBERT.** Propaganda uma força a serviço da empresa. São Paulo, Atlas, 1980.
- LEVI-STRAUSS, CLAUDE.** A Obra de Marcel Mauss. In: Sociologia e Antropologia, São Paulo, EPU, 1974, V. 1 P. 1-36.
Antropologia Estrutural. Rio de Janeiro, Ed. Tempo Brasileiro Ltda., s. d. Caps. 9 e 10, pp. 183-224.
- MAIR, LUCY.** Introdução à Antropologia Cultural. Rio de Janeiro, Zahar, 1972, p. 212-218.
- MALINOWSKI, BRONISLAW.** Argonauta do Pacífico Ocidental. In: Os Pensadores, São Paulo, Abril Cultural, 1978.
- MARCOSE, HERBERT.** A Ideologia da Sociedade Industrial, Rio de Janeiro, Zahar, 1973.
- MARX, KARL.** O Capital: Crítica da Economia Política. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira, 1971.
Introdução à Crítica da Economia Política. In: Os Pensadores. São Paulo, Abril Cultural, 1978, p. 101-27.
- MAUSS, MARCEL.** Esboço de uma Teoria Geral da Magia, em colab. com H. Hubert. In: Sociologia e Antropologia, vol. I, São Paulo, EPU, 1974, v. 1.p. 39 - 176.
- Ensaio sobre a Dádiva. Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas.** In: Sociologia e Antropologia. São Paulo, EPU, 1974a. v. 2. p. 39 - 184.
- Efeito Físico no Indivíduo da Idéia de Morte Sugerida pela Coletividade.** In: Sociologia e Antropologia, São Paulo, EPU, 1974. V. 1. 187 - 208.
- McLUHAN, MARSHALL.** Revolução na Comunicação, org. em colab. com Edmund Carpenter, Rio de Janeiro, Zahar, 1974.
Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem, São Paulo, Cultrix, 1979.
- OGILVY, DAVID.** Confissões de um homem de Propaganda, Rio de Janeiro, Ed. Laudes S. A., 1970.
- PACKARD, VANCE.** Nova Técnica de Convencer. São Paulo, Ibrasa, 1972.
- SANT'ANNA, ARMANDO.** Propaganda: teoria, técnica e prática, São Paulo, Pioneira, 1981.
- TITTEY, MISCHA.** Introdução à Antropologia Cultural. Lisboa, Fund. Calouste Gulbenkian, s. d.
- TRISMEGISTOS, HERMES.** CORPUS HERMETICUM, São Paulo, Hemus, 1978.
- WEBER, MAX.** Economia Y Sociedad, México, Fondo de Cultura Económica, 1944. v. 1. p. 193-201 e 328-47.

A INVASÃO CULTURAL ATRAVÉS DO ESTRANGEIRISMO.

Paulo Roberto Laguardia**

* Trabalho orientado pelo professor Ricardo Rosado de Holanda, do Departamento de Comunicação Social

** Graduado em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.



Introdução

Temos notado ultimamente em nossos jornais, uma grande quantidade de termos e expressões estrangeiras, com fortes características de invasão cultural. Chamou-nos a atenção, especialmente, uma carta de um leitor publicada no Jornal do Brasil, edição de 21.01.83, em que é feita a denúncia de uso e abuso do estrangeirismo na imprensa, chegando o missivista a relacionar cerca de 30 termos estrangeiros, usados com frequência naquele periódico, todos com correspondentes em nosso idioma.

A revista "ISTO É", de N° 323, edição de 02.03.83, publicou, à página 48, matéria com o título: "PURISMOS" - sub-título: "EXPURGO NO VERNÁCULO". Na matéria, a revista informava que o Governo da França, através de decreto, resolveu acabar com os estrangeirismos, substituindo os termos usados - a maioria de origem anglo-saxônica - pelos correspondentes franceses, e, à falta destes, criando 97 palavras ou expressões no idioma francês, para substituírem

conceitos importados, que a língua francesa não captava ou traduzia com perfeição.

Interessados nesta problemática, resolvemos analisar, os estrangeirismos nos meios impressos do Rio Grande do Norte, suas causas e prováveis saídas para que preservemos um valor dos mais importantes em nossa cultura: o idioma.

Os jornais estudados foram: a "Tribuna do Norte" e "Diário de Natal/Poti (edição dominical), por serem os dois órgãos de imprensa mais importantes do Estado, e o jornal-laboratório do Curso de Comunicação da UFRN, "Nossa Voz" - do qual, aliás, também participamos, na qualidade de aluno - por ser este o jornal "de casa", onde praticamos o que aprendemos, exercitamos o jornalismo e mostramos os reflexos dos ensinamentos, para sabermos em que nível o estrangeirismo teria penetrado nos muros da universidade e, especificamente, nas nossas salas de aula e de redação.

Referencial Teórico

Resultado de um tripé formado pelo indígena (nativo), o branco (europeu) e o negro (africano), o povo brasileiro, desatrelado dessas matrizes, se caracterizou, como diz Darcy Ribeiro, em "Os brasileiros" : "povo em disponibilidade, aberto ao novo, como gente que só tem futuro com o futuro do homem". Embora distinto das três matrizes, o brasileiro foi se formando em ambiente em que predominava a hegemonia cultural e linguística do europeu, especialmente do português, que aqui tentou criar réplicas de sua pátria. Por outro lado, a igreja católica, através de suas missões religiosas, entre as quais os jesuítas, no século XVI, deixou-nos o legado do latim, língua-mãe do português, que a plebe, os vulgares, o povo, enfim, não falava.

Segundo Nelson Werneck Sodré, em "História da imprensa no Brasil" na segunda década deste século, sob o efeito da dominação cultural francesa no Brasil, "o ambiente literário era apagado, monótono, pobre, com o decadentismo simbolista ainda em voga, e um teor de mundanismo que marcava as criações pela superficialidade". Depreende-se que a alienação, era, na verdade, o traço dominante dessa literatura artificial e correspondia, afinal, às condições materiais do Brasil e à atividade política, resumida a um estreito círculo de "elite". Foi a época em que começou a aparecer no Rio de Janeiro — então o motor cultural do país — um antagonismo entre a "cidade" e o "subúrbio", quando a intelectualidade resolveu esnobar o Brasil e "vibrar" por Paris.

Depois da segunda guerra mundial, o inglês passou a ser o idioma dominante no mundo ocidental, principalmente porque se tornou a língua comercial convencional. Por outro lado, foi crescendo nossa dependência econômica dos países mais desenvolvidos, que dominam os meios de produção, detêm a tecnologia e ditam até nossa política econômica, inclusive a interna. Isso originou, por extensão, outro tipo de dependência: a cultural. A importação de peças, máquinas, tecnologia e outros materiais, nos impõe outro tipo de "aquisição", esta forçada, e mui-

tas vezes imperceptível: a importação da cultura alheia. As palavras, as marcas, as frases, as instruções, os códigos, os "made in", tudo isso contribui para que nos alienemos um pouco de nossa cultura, passando a falar a linguagem de países que produzem e nos exportam toda essa variedade de mercadorias.

Há, ainda aquilo que podemos denominar de dependência mental. Juan Diaz Bordenave e Horácio Martins de Carvalho, no livro "Comunicação e Planejamento" (1), nos faz sentir a existência desse tipo de dependência em vários níveis e em diversos campos, como o religioso, o científico, o ideológico-político e até mesmo no campo cultural. Os autores registram, não somente no Brasil, mas na América Latina em geral, uma tradição de obediência a tudo que seja moderno ou tenha sucesso em Paris, Londres, ou Nova Iorque, na música, na arquitetura, mas principalmente na fala dos países, sendo, no entender deles, tarefa muito difícil, por exemplo, encontrar-se loja, restaurante, hotel ou boate com denominações que não sejam estrangeiras, sobretudo anglo-saxônicas. No caso específico do Brasil (e em especial de Natal), temos observado, com muita frequência, a incidência de nomes estrangeiros para restaurantes e edifícios de apartamentos, principalmente. Parece que estamos agora, depois da dominação cultural francesa de décadas atrás, diante de uma nova ameaça: com a penetração de várias palavras e expressões da língua inglesa em nosso cotidiano, não estaria havendo o risco de substituição (a longo prazo) do nosso idioma pelo inglês?

Em "A língua envergonhada", Lago Burnett, fala de uma possível vergonha do brasileiro em relação ao português, tese, aliás, não muito fundamentada e, a nosso ver, bastante discutível: se o autor se refere apenas às pessoas que produzem e veiculam a comunicação, seu trabalho poderia ter maior apoio, sobretudo se baseado em pesquisa: porém, o que nos parece, ele se refere ao povo, a quem acusa de se envergonhar do próprio idioma, o que pensamos envolver questões mais

profundas, com desdobramentos psicológicos/sociológicos. Mas, além dessa discussão, o autor nos revela um dado de suma importância e, certamente, desconhecido para a maioria dos brasileiros: a língua portuguesa ocupava, em 1976, o quinto lugar entre as línguas mais faladas do mundo, com, aproximadamente 110 milhões de pessoas utilizando-a (à época), no Brasil, em Portugal, Moçambique, Angola e Guiné-Bissau. Tal dado é extremamente significativo, pois nos mostra que já naquela data parte importante o mundo utilizava o português. Estaria o mundo valorizando nossa língua mais do que nós mesmos?

Com todas essas tendências, era mesmo inevitável que chegássemos a um ponto em que aparecessem influências estrangeiras em nossa imprensa, já que este é o retrato de uma época e de um momento cultural e político em que se vive. Contudo, o que se considera alarmante é que o caso já ultrapassou os limites simples da influência — consequência natural do inter-relacionamento de duas ou mais culturas — configurando uma invasão cultural que utiliza os meios impressos de comunicação.

Objetivos

Pretendemos tornar evidente a infiltração de estrangeirismos que caracteriza um quadro extremamente perigoso para nossa cultura. Para tanto, selecionamos, entre os jornais de circulação diária no estado, os dois de maior importância sócio-econômica e de maior tiragem, ambos de propriedade privada, pertencentes a grupos econômicos distintos e até mesmo antagonicos politicamente (eventualmente), e que encarnam, em termos políticos-partidários, os principais ideários locais. Esses dois jornais — "Tribuna do Norte" e "Diário de Natal/Poti" (edição dominical) — são, juntamente com o jornal "A República", órgão oficial do Estado do Rio Grande do Norte, de menor expressividade, os únicos órgãos de circulação diária em Natal e têm os seguintes indicadores de alcance extra-oficiais.

INDICADORES DE ALCANCE	TRIBUNA DO NORTE	DIÁRIO DE NATAL POTI
Tiragem	7/8.000 exemplares	13/15.000 exemplares
Quantidade de leitores	35/40.000 leitores	65/75.000 leitores
Perfil do leitor	Classes "A", "B"	Classes "A", "B", "C"
Abrangência	80 municípios	Todo o estado.
Postos de distribuição em Natal (RN)	200 (bancas e gazeteiros).	200 (bancas e gazeteiros).

O outro veículo de comunicação impresso, que incluímos em nosso estudo foi o jornal-laboratório do Curso de Comunicação Social da UFERN, "Nossa Voz", sem periodicidade regular, mas de suma importância para o tema, pois, além de ser o espelho dos futuros jornalistas do Estado, mostra, também, o resultado daquilo que é ensinado no curso, principalmente nas áreas de redação e de reportagem, veiculando, obviamente, o caráter ideológico desse ensino. O referido jornal tem uma tiragem de 5.000 exemplares, distribuídos gratuitamente na comunidade universitária do estado, basicamente.

Nosso universo de estudo e os critérios de coleta de dados, obedeceram à seguinte orientação: para os jornais "Tribuna do Norte" e "Diário de Natal/Poti", de circulação diária e regular, com coluna e seções constantes, efetuamos, a pes-

quisa no período de 04/04/83 a 03/05/83 (30 dias), em 24 edições de cada periódico, pois esses órgãos não circulam às segundas-feiras e após os feriados. Como a abrangência desses jornais é muito significativa e atinge a pessoas das mais diversas categorias profissionais e de classes sociais distintas — embora, repetitimos, não dispomos de dados oficiais a respeito — optamos por detectar a presença de idiomas estrangeiros por seções, divididas em 8 (oito) áreas, a saber: 1ª PÁGINA por ser aquela que mais chama a atenção do leitor e até do não leitor (sobretudo quando o jornal é exposto nas bancas); EDITORIAL que representa, obrigatoriamente, a opinião do jornal; e mais 6 seções de grande penetração na sociedade local, interessando, individualmente ou em conjunto, à quase totalidade dos leitores (POLÍTICA, ECONOMIA, ARTES, PÁGINA POLICIAL, ESPORTES e COLUNA SOCIAL).

Ademais, essas seções equivalem, em média, à cerca de 80 por cento de toda a matéria veiculada em cada edição e representa, de uma maneira geral, a linha dos jornais analisados, ou a sua concordância com determinada linha, no caso de matéria de agência de notícias veiculada nesses jornais.

Quanto ao jornal "Nossa Voz", pelas suas peculiaridade — não periodicidade, a ausência de seções regulares em todas as edições e a sua origem estudantil, que o torna menos dependente que os da iniciativa privada e mais livre — admitimos como critérios observar toda a obra disponível, que vai dos números 1 a 13, excetuando-se os de N°s 3 e 4, não localizados no Setor de Documentação e Pesquisa do Curso de Comunicação Social, e possivelmente não editados, tendo havido por hipótese erro de numeração em duas edições. Nossa pesquisa processou-se diferentemente, pois não procuramos detectar a infiltração de idiomas estrangeiros por seções ou por áreas, separadamente, mas sim por edição do jornal-laboratório. As 11 edições analisadas, vão desde o início desse jornal; o número 1, de outubro de 1.979, até a última edição, o número 13, de março de 1.983.

Nossa área de estudo, representada por esses três órgãos, forneceu-nos, qualitativamente, o seguinte material para trabalho:

MATERIAL TRABALHADO	TRIBUNA DO NORTE	DIÁRIO/POTI	NOSSA VOZ	TOTAL
Edições....	24	24	11	59
Páginas pesquisadas....	285	307	104	696
Média de páginas/dia...	12	13	9(pág/edição)	
Palavras/termos estrangeiros encontrados.....	355	271	10	636

O critério utilizado nos três veículos quanto à incidência de ex-

pressões estrangeiras, foi o de se considerar todas as vezes em que

apareceram, inclusive nos títulos e sub-títulos e até mesmo quando se repetiram.

Metodologia

Optamos pela pesquisa através da observação nas 24 edições dos dois jornais comerciais de Natal e nas 11 edições do órgão "Nossa Voz", identificando as expressões estrangeiras, catalogando-as de acordo com os seguintes critérios:

1) Assinalamos nas próprias páginas dos jornais as expressões (termos, palavras) que encontramos.

2) Em seguida, identificamos o significado do termo no texto jornalístico em que figurou;

3) Depois, em mapas elaborados para esse fim, coletamos os dados de acordo com a natureza dos jornais pesquisados, ou seja: separadamente, por seção e por dia no caso dos jornais comerciais (Tribuna do Norte e Diário de Natal/Poti), e, em conjunto, em cada edição do jornal "Nossa Voz";

4) Seguir, conforme mostra os quadros de 1 a 4 (anexos), categorizamos os tipos de expressões usa-

das de acordo com a sua correspondência em português, a saber:

a) com significado/tradução usual na nossa língua e nos dicionários;

b) com termos já aportuguesados, constante dos dicionários;

c) de fácil aportuguesamento,

d) de difícil correspondência em português e para os quais seria necessária a sua "definição" em português, ou, de acordo com as normas vigentes, criar termos correspondentes.

5) Como se pode notar pelos quadros de 5 a 8, (anexos), identificamos e catalogamos as expressões estrangeiras, por idioma encontrado: Inglês, Latim, Francês, Italiano, Russo e Alemão.

6) Relacionamos, de acordo com os quadros 9 e 10 (anexos), as expressões estrangeiras, categorizando-as em dois tipos:

a) diferenciados dos portugueses (com aspas, negrito ou grifo);

b) sem diferenciação dos portugueses (sem qualquer destaque).

7) Estabelecemos, através de análise comparada, a proporção de incidência de expressões estrangeiras nas três categorias escolhidas (tópicos 4 a 6), inclusive por seção ou área, quando foi o caso.

A intenção era, primeiro, verificar a intensidade de estrangeirismos por área ou seção ou assunto nos dois jornais comerciais e nas edições do "Nossa Voz". Depois, nossa idéia de estabelecer as três categorias de análise (em relação ao significado em português, por idioma e segundo a diferenciação do português), surgiu para que soubéssemos em que proporção o idioma português estava sendo preterido por outro, quais os idiomas de peso maior ou de mais influência e em que grau os jornais pesquisados já estão absorvendo o termo estrangeiro naturalmente, sem o uso de aspas, negrito ou grifo.

Conclusão

Com base nos indicadores de nossa pesquisa, resumidos no quadro 11 (anexo), concluímos que, dos jornais pesquisados de acordo com os nossos critérios, no período, a "Tribuna do Norte" utilizou em suas edições maior quantidade de palavras ou expressões estrangeiras, com cerca de 29% a mais do que o periódico "Diário de Natal/Poti", resultando para o jornal "Nossa Voz", a mínima incidência de 0,10%. Essa maior ocorrência de estrangeirismo na "Tribuna do Norte", pode ser explicada pelos seguintes fatores que conseguimos observar: um deles foi a frequente aparição, no noticiário econômico, de palavras ou expressões como "OPEN", "OPEN MARKET", "OVER", "OVER NIGHT", face às denúncias veiculadas no jornal, de que o governo do estado estaria aplicando no mercado de capitais, verbas destinadas à educação, entre outras. O outro elemento que pesou foi a coluna social que teve cerca de 25,6% dos termos estrangeiros, só perdendo para a seção de economia. A propósito, julgamos coerente pensar que a influência da cultura francesa na segunda década deste século, conforme dissemos atrás, em nossa sociedade, teve grande peso, também, junto à nossa imprensa. Não deve ser gratuita a semelhança entre o mundanismo, as criações cheias de superficialidade e o delírios por Paris, da época, com as futilidades existentes nas colunas sociais de hoje, a maioria em idioma francês. Não deve ser também coincidência o fato de o francês ter aparecido em nossa pesquisa, na coluna social, com o maior percentual de palavras/termos, em relação aos outros idiomas e às

outras seções (33%), perdendo, em todas para o inglês e na maioria das seções para o latim.

O quadro 3 (anexo), nos mostra que as seções de política (25,2%) e economia (22,7%), no total de 47,9% — portanto, quase a metade das palavras estrangeiras encontradas — foram as áreas com maior penetração de estrangeirismos nos dois jornais analisados por seções. Parece-nos que influi bastante para isso, o noticiário sobre o mercado de capitais, que tanto figurou na área econômica quanto na política, pois, no período, o que esteve em destaque na imprensa, foi a presença do governo do estado no mercado de capitais.

Relativamente à categorização de palavras por nós sugerida, conforme os quadros de N.ºs 1 a 4 e 11, verificamos que os três jornais utilizam um alto percentual de palavras/expressões com tradução ou correspondente em português, com média de 64,6%, equivalente a 411 das 636 palavras/expressões encontradas. "A priori" (a princípio, em princípio), "expert" (especialista, entendido), "full-time" (tempo integral), "pole-position" (posição principal, primeira posição), estão nesse caso (v. glossário).

Se somarmos a isso o percentual de 3,1%, referente a termos já aportuguesados (tiquetes, ao invés de "tickets", leiaute, no lugar de "lay out",

etc.), veremos que 66,7%, ou melhor, 431 dos 636 estrangeirismos usados e pesquisados poderiam ter sido escritos em português, com o mínimo de esforço.

Na pesquisa encontramos estrangeirismos sem tradução ou de difícil tradução, mas perfeitamente aporportuguesáveis, o que nos permitimos sugerir, como exemplo, "Brazilianist", bem que ficaria assimilável como BRASILIANISTA (indivíduo estrangeiro que estuda a história do Brasil); "short", cuja tradução literal seria de difícil aceitação (calça curta), poderia virar CIORTE; e até mesmo "spray", poderia, passar a chamar-se, ESPREL.

Dos 636 estrangeirismos, 199 (31,3%) dizem respeito a palavras/expressões que não têm o exato correspondente no idioma e cuja tradução ficaria realmente difícil. A área econômica, por exemplo, contribuiu com "over", "over night", mas também apareceram "jeans", "quorum", "habeas-corpus", "strip-tease", entre outros.

A segunda categoria enfocada, refere-se ao peso de cada idioma no total de estrangeirismos encontrados. O inglês apareceu com 77,1% (491 dos 636 termos), fato facilmente entendível, se nos lembrarmos da grande dependência que temos do capital e da tecnologia de países estrangeiros, especialmente dos Estados Unidos da América do Norte. No caso específico de Natal, uma reflexão vem logo à tona: a instalação da base norte-americana em Natal, a grande circulação de norte-americanos, por volta da 2.ª guerra mundial, não teriam influído, também, nesse sentido? O latim aparece com 16,8% (107 palavras/expressões), graças à incidência de expressões jurídicas já consagradas e praticamente institucionalizadas, como é o caso de "habeas-corpus", mas encontramos também "status", "pro-tempore", etc. Quanto ao francês, seu peso ficou restrito a 35 palavras, sendo a grande maioria (31) graças, exclusivamente ao noticiário social. Os outros idiomas encontrados na pesquisa foram: Italiano ("spaghetti"); Russo ("troika") — existindo os aporportuguesados espanquete e troica, respectivamente — e Alemão ("kitsch") que corresponde à obra literária ou artística de má qualidade.

Relativamente à diferenciação que se fez na imprensa analisada dos termos estrangeiros para os portugueses, encontramos um elemento bastante significativo: aproximadamente 34% dos termos/palavras estrangeiras (219 das 636) não apresentavam qualquer sinal para diferenciá-las das outras palavras em português, escritas no jornal. Elas figuram sem aspas, negritos, grifos ou qualquer outro indicador, o que, constitui, de início, infringência às normas da nossa língua, mas, mais que isso, pode ser um sintoma perigosíssimo: o de que as pessoas já estão assimilando o idioma estrangeiro, a palavra alheia, como se fosse nossa, portuguesa. As seções de artes dos jornais em muito contribuíram para a ocorrência, pois nelas quase 80% dos estrangeirismos aparecem sem sinal de diferenciação. O termo "show", por exemplo, apareceu 28 vezes na seção de artes, 23 na coluna social, 2 no noticiário esportivo e 1 na política, portanto, 54 vezes, e, em apenas uma vez foi diferenciado com aspas. E no Novo Dicionário do

Aurélio, (1), está lá: "SHOW" (xou). (Ingl.) S. m. Espetáculo de Teatro, rádio, televisão, etc., geralmente de grande montagem, que se destina à diversão..." É coerente supormos, face a esse dado, que muita gente deve andar pensando, por exemplo, que essa palavra é da língua portuguesa.

Diante do que expusimos, torna-se evidente a presença do estrangeirismo na nossa imprensa, traço inquestionável da invasão cultural. Nossas propostas para resolver a questão e preservar nosso idioma, atualmente, centram-se, basicamente nos seguintes posicionamentos:

a) A VALORIZAÇÃO DA PALAVRA - O ensino de português, em todos os níveis, deve levar em conta o valor da palavra. Nesse sentido, o vocabulário deve ser levado mais a sério, com a consulta frequente a dicionários, procurando-se, ainda, estimular o estudo etimológico das palavras da língua portuguesa;

b) O USO DO IDIOMA PORTUGUÊS - No Curso de Comunicação Social da UFRN (assim como nos demais) e na imprensa em geral, deverá ser dada maior atenção ao nosso idioma, procurando-se ensinar, conversar, escrever e publicar termos e expressões existentes na língua portuguesa ou aporportuguesadas, ao invés das estrangeiras;

c) APORTUGUESAMENTO - Sugerir às autoridades responsáveis pela língua portuguesa, com base em ampla pesquisa em todo o Brasil, o aporportuguesamento de expressões estrangeiras já consagradas e que já pertençam ao domínio público;

d) LEI NACIONAL - Propor ao Congresso Nacional - à semelhança do que ocorreu na França, já referido na introdução - discussão e aprovação de lei, expurgando os estrangeirismos da nossa cultura e criando, para os termos ainda sem tradução, palavras que os substituíssem. Nossa idéia prevê até mesmo a possibilidade de se dar um tempo para a sociedade adaptar-se aos termos então criados, quando os meios de comunicação impressos publicariam, no período, uma espécie de dicionário ou glossário, figurando os termos estrangeiros entre parênteses. Sem qualquer consulta e à nossa revelia, não inventaram termos como "ESTAGFLAÇÃO", "INDEXAÇÃO", "DESINDEXAÇÃO"?

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BORDENAVE, Juan Diaz e CARVALHO, Horácio Martins de. Comunicação e Planejamento: Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.
- BURNETT, Lago. A Língua Envergonhada: Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1976.
- CUNHA, Antônio Geraldo da. Dicionário Etimológico: Nova Fronteira da Língua Portuguesa: Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 1982.
- DICIONÁRIO ESCOLAR FRANCÊS-PORTUGUÊS, PORTUGUÊS-FRANCÊS - Ministério da Educação e Cultura: Rio de Janeiro, FENAME, 1972.
- FERRIERA, Antonio Gomes. Dicionário de Latim-Português. Porto Editora Ltda. s.d.
- FREIRE, Paulo. Extensão ou Comunicação: Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1977.
- HOLLANDA, Aurélio Buarque de. Novo Dicionário da Língua Portuguesa: Rio de Janeiro, 1975.
- NOVO MICHAELIS-DICIONÁRIO HASTRAID - Inglês-Português. São Paulo, Edições Melhoramentos, 1974.
- RABACA, Carlos Alberto & BARBOSA, Gustavo. Dicionário de Comunicação. Rio de Janeiro, Codecri, 1978.
- RIBEIRO, Darcy. Os Brasileiros - Teoria do Brasil. Rio de Janeiro, Vozes, 1980.
- SODRÉ, Nelson Werneck. História da Imprensa no Brasil. Rio de Janeiro, Graal, 1977.

Anexos

GLOSSÁRIO

CONVENÇÕES:

(A) Alemão; (F) Francês; (I) Inglês; (IT) Italiano;
(L) Latim; (R) Russo.

1ª CATEGORIA

EXPRESSION NA LINGUA ESTRANGEIRA.	TRADUÇÃO OU SIGNIFICADO EM PORTUGUÊS, DE ACORDO COM O SENTIDO NO TEXTO
a posteriori (L)	posteriormente
a priori (L)	a princípio, em princípio
avant-première (F)	pré-estréia
avec (F)	com
blitz (I)	batida relâmpago
boom (I)	moda
captain (I)	capitão
cash (I)	dinheiro
cash-flow (I)	fluxo de caixa
cast (I)	elenco
coiffeur (F)	cabeleireiro
confiteor (L)	confissão
cow-boy (I)	vaqueiro
dancing (I)	pista de dança
debut (F)	estréia
demarches (F)	diligências
dinner (I)	jantar
enfant gaté (F)	criança mimada
enfant terrible (F)	menino indiscreto
ex-officio (L)	sem motivo
expert (I)	especialista, entendido
factoring (I)	fomento comercial
finnesse (F)	delicadeza
flat (I)	apartamento
from (I)	de
hall (I)	salão
hors concours (F)	sem concorrer
hot-line (I)	linha direta
Impeachment (I)	destituição
In loco (L)	no local
In love (I)	amando
In vitro (L)	em vidro
Jogging (I)	corrida
know-how (I)	conhecimento
lady (I)	dama
lobby (I)	pressão
love (I)	amor
love story (I)	história de amor
maitre (F)	chefe dos garçons
manu militari (L)	através do poder militar
market (I)	mercado
marketing (I)	mercadologia
master's (I)	torneio dos mestres
open (I)	aberto
open house (I)	casa aberta
patroness (F)	organizadora, dirigente

pax (L)	paz, calma
per capita (L)	por habitante
performance (I)	atuação
play-ground (I)	pátio para recreação
pole position (I)	posição principal, 1.ª posição
pro-tempore (L)	provisório
qualifying (I)	seleção, classificação
release (I)	comunicado
replay (I)	repetição
resistance (F)	resistência
round (I)	etapa, turno
royalties (I)	direitos
rush (I)	grande movimento
saloon (I)	salão
shopping center (I)	centro comercial
show (I)	espetáculo
slogan (I)	tema, frase, lema
society (I)	alta sociedade
spot (I)	à vista
status (L)	situação
status quo (L)	situação
sub-judice (L)	em juízo
sursis (F)	suspensão de pena
tape (I)	fitá
tertius (L)	terceiro
tour (F)	giro
tournée (F)	viagem
trade (I)	intercâmbio comercial
very happy (I)	muito feliz

2ª CATEGORIA

EXPRESSION NA LINGUA ESTRANGEIRA.	PALAVRA JÁ APORTUGUESADA, CONSTANDO NO DICIONÁRIO.
buffet (F)	bufê
copy desk (I)	copidesque
drink (I)	drinque
fan (I)	fã
gang (I)	gangue
lay out (I)	leiaute
spaghetti (IT)	spaguete
tickets (I)	tiquetes
troika (R)	troica
western (I)	faroste
whisky (I)	uisque

3ª CATEGORIA

EXPRESSION NA LINGUA ESTRANGEIRA.	PALAVRA DE FÁCIL APORTUGUESAMENTO (COM SUGESTOES APRESENTADAS).
brazillianist (I)	brasilianista
short (I)	chorte
spray (I)	esprel

4ª CATEGORIA

EXPRESSÃO DA LÍNGUA ESTRANGEIRA.
CUJO SENTIDO NO TEXTO NÃO ENCONTRA VOCÁBULO
CORRESPONDENTE OU SIGNIFICADO EXATO
EM PORTUGUÊS.

black-tie (I)	over (I)
bottomless (I)	overnight (I)
briefing (I)	quorum (L)
colored (I)	slice (I)
gay (I)	smoking (I)
habeas-corpus (L)	strip-tease (I)
jeans (I)	summer (I)
kitsch (A)	topless (I)
leasing (I)	warrant (I)

QUADRO I

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR SEÇÃO E EM RELAÇÃO AO PORTUGUÊS

1ª CATEGORIA

TRIBUNA DO NORTE

SEÇÕES CATEGORIAS	1.ª PÁGINA	EDITO RIAL	POLÍ TICA	ECONO MIA	ARTES	POLI CIAL	ESPOR TES	COLUNA SOCIAL	TOTAL	% (POR CA TEGORIA)
COM TRADUÇÃO OU SIGNIFICADO EM PORTUGUÊS	22		42	67	12	5	1	82	231	65,0
JÁ APORTUGUESADAS	1		4		2			2	9	3,0
DE FÁCIL APORTUGUESAMENTO			2					2	4	1,0
SEM VOCÁBULO CORRESPONDENTE OU SIGNIFICADO EXATO EM PORTUGUÊS	5	1	37	34		28	1	5	111	31,0
TOTAIS	28	1	85	101	14	33	2	91	355	100
% (POR SEÇÃO)	7,9	0,3	23,9	28,5	3,9	9,3	0,6	25,6	100	

QUADRO 2
INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR SEÇÃO E EM RELAÇÃO AO PORTUGUÊS
1.ª CATEGORIA

"DIÁRIO DE NATAL/POTT"

SEÇÕES CATEGORIAS	1.ª	EDITO	POLÍ	ECO	ARTES	POLI	ES	COLUNA	TOTAL	% (POR CA- TEGORIA)
	PÁGINA	RIAL	TICA	NO MIA		CIAL	POR TES	SOCIAL		
COM TRADUÇÃO OU SIGNIFICADO EM PORTUGUÊS	35	6	46	26	19	8	15	18	173	64,0
JÁ APORTUGUESADAS			2			4	3	1	10	3,0
DE FÁCIL APORTUGUESAMENTO					1			1	2	1,0
SEM VOCÁBULO CORRESPONDENTE OU SIGNIFICADO EXATO EM PORTUGUÊS	32		25	15		12		2	86	32,0
TOTAIS	67	6	73	41	20	24	18	22	271	100
% (POR SEÇÃO)	24,7	2,2	26,9	15,1	7,4	8,9	6,7	8,1	100	

QUADRO 3
INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR SEÇÃO E EM RELAÇÃO AO PORTUGUÊS
1ª CATEGORIA

RESUMO DOS JORNAIS "TRIBUNA DO NORTE" E "DIÁRIO DE NATAL/POTT"

SEÇÕES CATEGORIAS	1.ª	EDITO	POLÍ	ECO	ARTES	POLI	ES	COLUNA	TOTAL	% (POR CA- TEGORIA)
	PÁGINA	RIAL	TICA	NO MIA		CIAL	POR TES	SOCIAL		
COM TRADUÇÃO OU SIGNIFICADO EM PORTUGUÊS	57	6	88	93	31	13	16	100	404	64,5
JÁ APORTUGUESADAS	1		6		2	4	3	3	19	3,0
DE FÁCIL APORTUGUESAMENTO			2		1			3	6	1,0
SEM VOCÁBULO CORRESPONDENTE OU SIGNIFICADO EXATO EM PORTUGUÊS	37	1	62	49		40	1	7	197	31,5
TOTAIS	95	7	158	142	34	57	20	113	626	100
% POR SEÇÃO)	15,2	1,1	25,2	22,7	5,4	9,1	3,2	18,1	100	

QUADRO 4

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR SEÇÃO E EM RELAÇÃO AO PORTUGUÊS

1.ª CATEGORIA

"NOSSA VOZ"

EDIÇÕES CATEGORIA	01	02	05	06	07	08	09	10	11	12	13	TOTAL	%
	COM TRADUÇÃO OU SIGNIFICADO EM PORTUGUÊS								1	3		3	7
JÁ APORTUGUESADA	1											1	10,0
DE FÁCIL APORTUGUESAMENTO													
SEM VOCÁBULO CORRESPONDENTE OU SIGNIFICADO EXATO EM PORTUGUÊS		2										2	20,0
TOTAIS	1	2						1	3		3	10	100

QUADRO 5

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR IDIOMA

2.ª CATEGORIA

"TRIBUNA DO NORTE"

SEÇÕES IDIOMAS	1.ª PÁGINA	EDITO RIAL	POLÍ TICA	ECONO MIA	ARTES	POLI LICAL	ES POR TES	COLUNA SOCIAL	TOTAL	%
	INGLÊS	26	1	75	92	13	3	2	62	274
LATIM	2		9	8		28			47	13,2
FRANCÊS				1		2		28	31	8,7
ITALIANO					1				1	0,3
RUSSO			1						1	0,3
ALEMÃO								1	1	0,3
TOTAIS	28	1	85	101	14	33	2	91	355	100

QUADRO 6

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR IDIOMA

2.ª CATEGORIA

"DIÁRIO DE NATAL/POTI"

IDIOMAS	SEÇÕES	1.ª PÁGINA	EDITO RIAL	POLÍ TICA	ECONO MIA	ARTES	POLI CIAL	ESPO TES	COLUNA SOCIAL	TOTAL	%
INGLÊS		53	2	52	39	20	11	16	15	208	76,7
LATIM		14	4	20	2		13	2	4	59	21,8
FRANCÊS				1					3	4	1,5
ITALIANO											
RUSSO											
ALEMÃO											
TOTAIS		67	6	73	41	20	24	18	22	271	100

QUADRO 7

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR IDIOMA

2.ª CATEGORIA

RESUMO DOS JORNAIS "TRIBUNA DO NORTE" E "DIÁRIO DE NATAL/POTI"

IDIOMAS	SEÇÕES	PÁGINA	EDITO RIAL	POLÍ TICA	ECONO MIA	ARTES	POLI CIAL	ES POR TES	COLUNA SOCIAL	TOTAL	%
INGLÊS		79	3	127	131	33	14	18	77	482	77,0
LATIM		16	4	29	10		41	2	4	106	17,0
FRANCÊS				1	1		2		31	35	5,6
ITALIANO						1	-			1	0,4
RUSSO				1						1	
ALEMÃO								1	1	1	
TOTAIS		95	7	158	142	34	57	20	113	626	100

QUADRO 8
INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS POR IDIOMA
2.ª CATEGORIA

"NOSSA VOZ"

EDIÇÕES IDOMAS	01	02	05	06	07	08	09	10	11	12	13	TOTAL	%
	INGLÊS	1		2					1	3		2	9
LATIM											1	1	10,0
FRANCÊS													
ITALIANO													
RUSSO													
ALEMÃO													
TOTAL	1		2					1	3		3	10	100

QUADRO 9

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS DIFERENCIADAS OU NÃO DO PORTUGUÊS

3.ª CATEGORIA

"TRIBUNA DO NORTE"

CATEGORIAS	SEÇÕES									TOTAL	%
	1a. PÁGINA	EDITÓRIAL	POLÍTICA	ECONOMIA	ARTES	POLICIAL	ESPORTES	COLUNA SOCIAL			
DIFERENCIADAS (COM ASPAS, NEGRITO, GRIFO)	25		73	75	3	6	1	44	227	63,9	
SEM DIFERENCIAÇÃO	3	1	12	26	11	27	1	47	128	36,1	
TOTAL	28	1	85	101	14	33	2	91	355	100	

"DIÁRIO/POTI"

DIFERENCIADAS (COM ASPAS, NEGRITO, GRIFO)	51	4	68	30	4	11	10	4	182	67,2
SEM DIFERENCIAÇÃO	16	2	5	11	16	13	8	18	89	32,8
TOTAL	67	6	73	41	20	24	18	22	271	100

SOMATÓRIO

DIFERENCIADAS	76	4	141	105	7	17	11	48	409	65,3
SEM DIFERENCIAÇÃO	19	3	17	37	27	40	9	65	217	34,7
TOTAL	95	7	158	142	34	57	20	113	626	100

QUADRO 10

INCIDÊNCIA DE EXPRESSÕES ESTRANGEIRAS DIFERENCIADAS OU NÃO DO PORTUGUÊS

3.ª CATEGORIA

"NOSSA VOZ"

EDIÇÕES CATEGORIAS	01	02	05	06	07	08	09	10	11	12	13	TOTAL	%
	DIFERENCIADAS (COM ASPAS, NEGRITO, GRIFO)			2						3		3	8
SEM DIFERENCIAÇÃO	1							1				2	20
TOTAL	1		2					1	3		3	10	100

QUADRO 11 - RESUMO DOS DADOS

DADOS/CATEGORIAS	TRIBUNA DO NORTE	DIÁRIO/POTI	NOSSA VOZ	MÉDIA
-Relação palavras/expressões estrangeiras por página pesquisada (quadros 1 e 2).	1,24	0,88	0,1	0,74
-Categoria (1a) de palavras/expressões estrangeiras, em relação ao português (quadros 1 a 4).				
-Com tradução ou significado em português	65%	64%	70%	64,6%
-Com termos já aportuguesados	3%	3%	10%	3,1%
-Com termos facilmente aportuguesáveis	1%	1%		1,0%
-sem vocabulário correspondente ou significado exato em português.	$\frac{31}{100}$	$\frac{32}{100}$	$\frac{20}{100}$	$\frac{31,3}{100,00}$
-Categoria (2a) de palavras/expressões, incidentes por idiomas (quadros 5 e 8).				
-Inglês	77,2%	76,7%	90,0%	77,1%
-Latim	13,2%	21,8%	13,0%	16,8%
-Francês	8,7%	1,5%		5,5%
-Italiano	0,3%			0,2%
-Russo	0,3%			0,2%
-Alemão	0,3%			0,2%
	100,00	100,00	100,00	100,00
-Categoria (3a) de palavras/expressões diferenciadas e não diferenciadas portuguesas (quadros 9 e 10).				
-diferenciadas	63,9%	67,2%	80%	65,6%
-não diferenciadas	36,1%	32,8%	20%	34,4%
	100,00	100,00	100,00	100,00

O HUMOR

COMO PRÁTICA JORNALÍSTICA*

Josimey Costa da Silva

* Trabalho realizado sob a orientação da Professora Andréia Guaraciaba, do Departamento de Comunicação Social — CCHLA/UFRN.

** Graduada em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo.

O homem é o único animal que ri, mas nem sempre. Os atores e dramaturgos reconhecem que a comédia é o trabalho mais difícil, o mais sujeito a fracassos. E o que provoca riso no homem ainda está imbuido de mistério, porque o inesperado às vezes é trágico, o picante pode assumir contornos de pornografia, o feio corre o risco de ser assustador, e o belo nunca provoca hilaridade.

Se fazer rir é difícil, fácil é rir. A maioria das pessoas não questiona aquilo que as faz rir. Ri, e isso basta. A captação da mensagem parece ser imediata (ou, pelo menos, bastante rápida), e a resposta, espontânea. Não é, porém, dom, não, muito menos mera reação fisiológica. A humanidade aprendeu a rir. É sintoma de aperfeiçoamento cultural, sinal de civilização. Demonstra uma certa capacidade intelectual próxima do chamado distanciamento "brechtiano"; implica em uma capacidade de ver as coisas e a si mesmo, abstraíndo-as de sua existência concreta e dando a elas uma conotação simbólica que torna possível esta reação peculiar.

O que é, todavia, o riso? Uma série de contrações musculares faciais — que, na maioria das vezes, resulta em exibição dos dentes — e que traz por trás disso a essência do que faz uma simples careta se transformar em riso: o humor.

Este é o ponto que, precisamente, constitui a "alma do negócio". Está presente nas situações mais absurdas e inesperadas, ou nas mais corriqueiras e comezinhas. Incomoda, diverte, adverte, passa despercebido por vezes, e é meio de vida.

A observação, portanto, faz concluir que o humor não é tão simples nem inócuo quanto possa aparentar.

Localizar uma situação de humor não implica em maiores dificuldades, porém o mesmo não ocorre quando a questão é conceituar a "palavra" e a "coisa" humor. Essa é, na verdade, uma tarefa espinhosa.

Em primeiro lugar, porque não há acordo sobre a palavra, não há definições claras. "Disposição de espírito, veia cômica", (1) retirada do dicionário, não é uma definição que satisfação a imensa gama de variações que o humor apresenta. Humor satírico, humor irônico, humor cômico, humor burlesco, humor ridículo são algumas das variações, e cada uma representa um tipo particular de humor, nem todas provocando riso. A ironia, por exemplo, não provoca na grande maioria das situações.

A ironia é, talvez, a forma mais crítica e ferina de humor. Consistindo em dizer o contrário do que se pensa, ela traz o peso de adicionar falsidade, mentira ao fato que ridiculariza. É o que mais incomoda.

José Luiz Braga, na tese "Charlie Hebdo: Um ponto de Vista Hipotético" originalmente escrita em francês, confirma, em linguagem precisa e bastante crítica, que os desencontros são muitos. Citando vários autores, ele ironiza as diferentes conceituações do humor e as múltiplas indefinições em que se detêm tais autores. E opta por uma posição que, coincidentemente, também é a nossa: a de que a palavra humor "nomeia um fenômeno na perspectiva mais global", e que termos como ironia, sátira, comicidade, ridicularia e outros indicam tipos particulares de humor. Segundo ele, é a visão "brasileira" do humor.

Uma questão redundante disso tudo: Por que essa dificuldade em ro-

tular o humor? A primeira conclusão é a de que o problema começa na hora de definir a palavra. "Estado de espírito" remete à emoção, daí as adjetivações "bem humorado" e "mal humorado". Esta é uma forma de pensar o humor que, excluindo o elemento intelectual do rir, impossibilita a leitura de seu potencial crítico, e ignora qualquer que seja o nível de consciência que nele esteja contido. Em outras palavras, ao privilegiar o emocional incluso no riso, escamoteia-se o seu potencial político e se reduz a sua importância.

Mas o que provoca uma situação de humor?

Já pudemos notar que a queda (física) de qualquer pessoa é motivo de riso pelas que presenciam a cena. Poderíamos dizer que isso só acontece quando a queda não tem consequência mais grave, só que esta não é uma regra indiscutível. Lembramos de um fato que se serve como ilustração, e que ocorreu conosco. Certa feita, uma manchete da página policial de um jornal local provocou risadas de todas as pessoas presentes. E o caso era trágico: "Doido Morre Engasgado com Cueca".

Esse fato remete a uma tragicidade que não deveria possibilitar o riso. Mas possibilitou, passando de um extremo — a tragédia — para outro — a comédia.

Comédia e tragédia: é possível notar que as duas palavras referem-se, antes de qualquer coisa, a gêneros de teatro, que a certa altura se fundem no tragicômico. De novo, a questão dos extremos. A tragédia mostra uma atribuição de significa-

(1) Pequeno dicionário brasileiro da língua portuguesa 11.

(2) Tese mimeografada, S.d.

dos a uma determinada situação, o que induz à angústia. A comédia, em encadeamento semelhante, induz à hilaridade. A fusão dos dois gêneros apresenta situações angustiantes que fazem rir. Identificamos, num e noutro extremo, elementos semelhantes: o susto, o exagero. Talvez venha daí a hilaridade que causam certas situações trágicas.

Constatamos que uma situação de humor envolve vários elementos, dentre os quais a surpresa, o inesperado, o limite e, muitas vezes, o exagero. O que torna uma piada engraçada é o desfecho que não se espera. É o susto. E Henfil diz que as pessoas só gargalham quando levam um susto muito grande (1). Mas esse susto, presente nas pessoas que riem, só incomoda os que são objeto do riso.

Ninguém gosta de sentir-se ridículo na frente de outros. Porque ser motivo de riso denota uma queda no conceito próprio e no das pessoas. É como se a importância que alguém se atribui e pensa que lhe é atribuída sofresse uma brusca redução. É como se o objeto do riso sempre fosse algo de menor importância.

O riso aparece, então, como culminância, desfecho de uma dada ocorrência que reverte e desestabiliza a situação. É quando se vê que o susto não veio acompanhado de perigo, ou quando se descobre um fato absurdo, incongruente e, muitas vezes, fora do padrão — risível, enfim. A vida humana, em geral, é pontilhada dessas situações.

Os Meios de Informação de Massa repetem a frequência com que o humor aparece na vida cotidiana. Nos veículos, isso é expresso de duas formas, passíveis de distinção: na seforização do humor (programas específicos no rádio e na televisão, e seções específicas dos jornais) e na diluição do humor no todo das informações veiculadas, ou seja, matérias ditas "sérias" que têm uma pitada de ironia; o comentário absurdo ou sarcástico de um entrevistado, a foto que explora algum ângulo pitoresco, ou a charge animada transmitida pela televisão dentro do telejornal.

Hoje, nenhum jornal que se preze despreza o humor em suas páginas. Há até publicações inteiramente

dedicadas a esse tipo de prática — o "Pasquim" é um exemplo atológico. Os outros jornais têm espaços que dimensionam a importância do humor. Muitas vezes, até em páginas nobres, como no caso dos cartuns editoriais. Ou nas últimas páginas, que têm considerável importância comercial.

Carlos Alberto Rabaça e Gustavo Barbosa, no "Dicionário de Comunicação" ressaltam o aspecto do humor jornalístico ao dizerem, no verbete **jornalismo de entretenimento**, que este está presente "até nas matérias de teor preponderantemente informativo", e que "a leitura de jornais é a distração conscientemente procurada durante os tempos mortos".

Porém, o humor, enquanto traço sócio-cultural, é aprisionado pela indústria e apropriado dentro dos limites do lazer como "não-sério". Isso nas colunas sociais, nos artigos leves, crônicas, seções de dicas sobre diversões (cinema, teatros, bares, festas, etc.), além das ilustrações, histórias em quadrinhos, charges, caricaturas, cartuns.

Dentro da Indústria Cultural, também o humor está amoldado às normas e valores que ela determina. É a indústria tomando conta do lazer humano e transformando isso numa produção em série, homogeneizando o público ou colocando as formas mais refinadas do humor fora do alcance de grande parcela desse público (quando, por exemplo, ele aparece "disfarçado" numa página de economia, pouco acessível em virtude do tratamento que dá à linguagem). Por outro lado, a presença do humor nos MIM confere seriedade e credibilidade às demais informações.

Resumindo: apesar de merecer a atenção e o empreendimento da Indústria Cultural, o lazer — e o humor, por extensão — acabam com o rótulo de "sem importância", supérfluo.

Uma das formas gráficas de expressão do humor "industrializado", a caricatura (que também abrange a charge e o cartum) é encontrada, atualmente, em quase todos os jornais, servindo somente como ilustração, ou tendo personalidade própria.

Na maior parte de suas manifestações, a caricatura deixa entre-

ver, ou mostra claramente, as suas potencialidades críticas. A história comprova esse aspecto como tradição.

Honoré Daumier, o criador da caricatura, fustigava os costumes sociais de sua época e foi preso inúmeras vezes por criticar impertinentemente o rei Luís Felipe.

Baudelaire dizia que "o homem morde com o riso". Isso acrescenta ao humor — à charge e ao cartum, portanto — um admirável poder de denúncia, ainda que esta atinja o leitor por via indireta. Para que a mensagem de um cartum e, mais que isso, a sua significação político-social funcione como alavanca transformadora, é preciso que seja ultrapassada a barreira do simples entretenimento. Porque, para grande parte do público da Indústria Cultural, o entretenimento fica despolitizado, amorfo e sem função definida, a não ser "divertir". Dessa forma, a IC aliena tanto o humor quanto o público.

Tanto a definição de Rabaça e Barbosa como essa visão alienada do lazer encobrem a importância e significado das horas de não-trabalho do homem. Cremos que são justamente esses momentos de lazer o campo fértil para o desenvolvimento da consciência crítica, aprofundamento de informações e exercício mais despejado do humor. Para nós, lazer e tempos mortos não são sinônimos. O lazer é vivo e dinâmico. É trabalho não-alienado.

Com a crescente industrialização da imprensa, a caricatura — e mais amplamente, a ilustração — foram mais e mais usadas, antes para ocupar espaços vazios, depois para expressar a posição do jornal e atrair leitores pela disposição mais agradável da diagramação dos jornais.

No caso específico do Brasil, a seqüência foi a mesma, até que o humor cresceu em individualidade. Henfil conta que sua tira diária no "Jornal do Brasil" era um outro jornal dentro daquele: a realidade da cantinga inserida no "milagre brasileiro" das manchetes.

Ora, essa é em tese a função do humorista/jornalista. A de levar

(1) Entrevista concedida à autora.

o leitor — no caso aqui estudado, de jornais — a realizar um esforço de imaginação para descobrir o que está certo através de uma coisa que parece errada, e como esta coisa deveria ser. Ou o que está errado na coisa aparentemente certa, procurando inclusive as razões daquela coisa errada. Isso é o exercício das potencialidades críticas do humor, aspecto que é — ou deveria ser — a característica dominante das charges e cartuns.

Parece haver um elenco de critérios que orientam alguns cartunistas e chargistas que conseguem criar tanto a situação de crítica quanto a de humor. E que também selecionam, entre tantos assuntos, somente alguns como elemento de trabalho. O problema, a nosso ver, está na seriedade com que o humor é tratado.

Geralmente, a prática humorística é diferenciada de outras dentro do próprio jornal, contrapondo-se os termos "sério" e "não-sério", como já fizemos notar. Recorrendo mais uma vez a Henfil, é possível deduzir que há muitos casos em que o humor não pode ser considerado como prática séria. Logicamente, existem trabalhos humorísticos de qualidade, e há outros que Henfil classifica como "primários" os que tangenciam apenas algumas questões, sem maior aprofundamento, e utilizando muito os estereótipos. Estabelecemos a divisão, então, entre prática humorística séria, aquela que aprofunda, critica e transmite informações novas mesmo utilizando linguagem informal, servindo como ponto de reflexão - e a prática humorística não-séria — a que tangencia e aliena, perdendo seu potencial crítico e, por isso mesmo, não conseguindo realizar situações de verdadeiro humor.

A Indústria Cultural determina que, na prática jornalística, o repórter é quem deve contar histórias. Isso inclui o redator, o fotógrafo, o cronista social e o comentarista. Mas o cartunista pesquisa o assunto, a semelhança do repórter; produz o texto, assim como o redator; a imagem, como o fotógrafo; a opinião à semelhança do comentarista; e a descontração, do mesmo modo que o cronista. Por esse caminho, construímos um profissional com múltiplas aptidões e que, além disso, tem uma autonomia peculiar dentro do seu espaço no jornal.

Tudo isso faz dele um jornalista, com uma grande responsabilidade (que, diga-se de passagem, não é só dele): abor dar criticamente, no gozo da sua relativa autonomia, o que a Imprensa Burguesa ignora no seu noticiário convencional.

O EDUCANDO E A PERCEPÇÃO CRÍTICA

(Subsídios para um estudo sobre a consciência crítica na relação escola x TV)

Ana Maria Cocentino Ramos

* Trabalho apresentado no Centro Acadêmico do Curso de Comunicação Social em agosto de 1985
Professora da UFRN — Departamento de Comunicação Social

Introdução

Usando técnicas diferentes, porém conteúdo ideológico idêntico, ESCOLA E INDÚSTRIA CULTURAL estão ao lado dos estudantes bombardeando-os com as suas mensagens, tentando monopolizar as suas atenções, com o objetivo de atingirem um único resultado: a reprodução das relações de produção, numa permanente luta pela manutenção do sistema econômico.

Diante desta realidade, procuramos investigar a relação existente entre estes dois aparelhos ideológicos, visando identificar as expectativas dos estudantes em relação a ambos.

do depoimento dos sujeitos, evidenciamos o estado de dominação que lhes procuram impor, quer como integrantes do sistema escolar, quer como participantes da chamada escola paralela. Entretanto, já não podemos mais aceitar hoje a visão pessimista difundida por Adorno e Horkheimer sobre a existência de mecanismos de manipulação na indústria cultural. Entendemos que, tanto esta como a escola, apesar de aparelhos ideológicos, são por natureza contraditórias, tendo não apenas possibilidades de dominação, como ainda de liberação.

Procedimento

A pesquisa envolveu 30 estudantes da faixa etária de 16 a 20 anos, alunos do segundo grau de uma escola de Natal. A amostra foi mobilizada sem preocupação com representatividade e sem os rigores de ordem estatística. Optamos pela técnica de entrevistas abertas, com voluntários, após um período em que procuramos criar um clima de confiança mútua entre entrevistados e entrevistador.

Os dados foram coletados através de duas etapas: a primeira, com entrevistas mais gerais sobre a escola e a televisão, e a segunda, especificamente sobre três programas de TV veiculados pela Rede Globo.

Estudantes e Escola

As críticas feitas pelos estudantes à escola foram agrupadas em quatro classes, dizendo respeito a "qualificação docente", "desinteresse dos professores", "ensino desvinculado da realidade" e "prática pedagógica diretiva".

Nos seus depoimentos, os estudantes se queixaram do baixo nível do ensino motivado pelo despreparo dos mestres e pela frequente ausência destes à sala de aula.

A ausência de diálogo parece uma constante no discurso dos estudantes. Sem qualquer problematização, o conteúdo é apresentado ao aluno pelo professor como simples

"comunicados", já que o educando não tem a mínima participação na elaboração dos programas, nem o direito de questioná-los. Dessa maneira, a situação se agrava, ficando evidente a falta de sintonia entre alunos e professores, e ainda, entre estes e o conteúdo da educação imposto pelo sistema. Cria-se assim, uma ausência total de sincronização entre a linguagem falada pela escola e a realidade concreta dos jovens que a frequentam. Esta constatação também evidencia a divisão absoluta entre a "praxis" da liderança e dos oprimidos: no primeiro caso, aparece o professor que, embora também seja um oprimido, dá as ordens ou prescreve, conforme determina o sistema educacional; no segundo, o aluno que recebe as ordens, ou segue a prescrição. 1

Embora tenham formulado sérias críticas no ensino, os jovens entrevistados disseram que estudam porque consideram a escola importante para o futuro. Na realidade, eles se sentem muito mais atraídos pela televisão, e disto deram provas durante o período em que permanecemos na escola, quando constantemente, observamos grupos reunidos pelo pátio, pelos corredores, pelas salas de aulas e até pelas escadarias, discutindo a programação televisiva da noite anterior. Esse tipo de diálogo sempre foi sufocado pelos professores em sala de aula, por entenderem que desviava a atenção dos programas de ensino ou mesmo por admitirem que eles próprios não estavam preparados para tal:

— “Como podemos discutir com os estudantes a programação da TV, se nós próprios não temos tempo de vê-la?”

— “Não podemos nos dar ao luxo de discutir televisão. Temos o programa da disciplina para dar”.

Essa situação não coincide com a expectativa dos estudantes que acham as aulas muito mais interessantes quando seus professores procuram associar o conteúdo das disciplinas aos fatos veiculados pela televisão:

— “Seria interessante se houvesse uma maior integração entre o que é ensinado na escola e o que é divulgado pelos meios de comunicação. O estudante ia se sentir mais atraído pela escola”.

— “Se não existisse TV... só com o ensino da escola não dava pra gente ser informado de jeito nenhum. Os professores não dão aulas atualizadas. É só matéria, é só matéria, é só o que eles querem”.

Estudantes e Indústria Cultural

Ao investigar a relação dos estudantes com a indústria cultural, procuramos conhecer de que maneira esses sujeitos recebem as mensagens veiculadas pela televisão — se de maneira crítica ou acrílica.

Buscando na história o desenvolvimento de uma consciência crítica no campo da educação, Ana Maria Fadul² faz algumas considerações sobre o sistema educacional e de comunicação no Brasil nos últimos anos. Em sua análise, fala de duas etapas do desenvolvimento capitalista, no Brasil nas últimas décadas. A primeira, que coincide com a fase da industrialização e do desenvolvimento, vai de 1950 a 1964, e a segunda, caracterizada pela entrada do país na fase do capitalismo monopolista, surge a partir do golpe de 1964. Na primeira etapa surgiram importantes experiências educacionais, como, por exemplo, “O Movimento de Cultura Popular” e o “Centro de Cultura Popular”, que registraram como principal objetivo a formação de uma consciência crítica. Na segunda fase esses projetos foram interrompidos para dar lugar à educação profissionalizante, que considera o educando como um investimento. Verifica-se então, a implantação de novas tecnologias educacionais, instalando no país uma poderosa indústria da comunicação que passa a ter maior importância do que a educação.

Segundo Fadul, “é a partir desse quadro referencial, quando se percebe a separação muito nítida entre os processos educacionais e um projeto de conscientização crítica, que se pode compreender como as experiências com a percepção crítica deixam de ter a escola como ponto de partida fundamental”. Isso evidencia, portanto, o papel a que foi relegada a educação.

Objetivando o registro de uma realidade concreta, partimos então para a investigação da percepção junto a adolescentes de uma escola de Natal.

Embora a investigação tenha consistido de dois momentos — o primeiro visando conhecer os tipos de influência exercidos pela indústria cultural sobre os adolescentes e o segundo pretendendo verificar a percepção destes em relação à TV — nesta exposição vamos nos deter apenas neste último aspecto.

O estudo da percepção dos estudantes em relação à TV, o meio mais popular entre o grupo pesquisado, baseou-se nos resultados de entrevistas efetuadas em duas ocasiões. Inicialmente, com perguntas mais amplas sobre a TV e, posteriormente, sobre três programas veiculados pela Rede Globo, visando observar as formulações implícitas.

As críticas, feitas por uma minoria dos entrevistados (apesar de quase a totalidade assistir à TV), fizeram referência à programação e à sua falta de profundidade, condenando a violência veiculada. Como era de se esperar, em geral os estudantes não reconheceram nas câmaras possibilidades de deturpação ou camuflagem dos fatos. Para eles, o telespectador diante do vídeo é testemunha de acontecimentos verdadeiros, “tratados com isenção pela TV”.

— “A TV é mais realista, fala mais a verdade. O que ela vai dizendo, vai mostrando”.

— “A TV não deturpa porque a gente pode ver tudo o que ela afirma”.

Na realidade, não está claro para o telespectador desavisado que a TV, como os demais meios de comunicação, está sempre na dependência da censura oficial, ou oficialista, que funciona como filtro diante das notícias. Muito menos leva-se em consideração as condições de produção da telefenícia, desde a mixagem, passando pelos cortes e montagens, até a edição. Todas estas etapas estão a serviço dos interesses políticos, econômicos e ideológicos de quem explora o canal e dos anunciantes.

Embora reconheçam que os responsáveis pela TV têm interesse em atrair, cada vez mais, um maior número de telespectadores, os estudantes entrevistados, em geral, não souberam explicar a razão exata dessa preocupação. Eles não fizeram referências sobre a importância dos índices de audiência para a ampliação da verba publicada da TV — a preocupação empresarial — e para a inculcação da ideologia dominante.

— “Quando vão fazer seus programas, os produtores tem em mente que vão levar ao ar as coisas que o povo gosta pra atrair mais telespectador mas eu não sei dizer como isso pode dar lucro porque a gente não paga pra ver TV”.

1. Ver Moacir Gadotti: Educação e poder: uma introdução à pedagogia do conflito.

2. Ana Maria Fadul: Sobre a percepção crítica dos meios de comunicação de massa no Brasil: um relato de experiências.

A análise da percepção dos estudantes frente ao vídeo recaiu sobre os programas de maior audiência entre eles.³

Foram realizadas entrevistas sobre "Fantástico, o show da vida", um episódio de "Malu Mulher" e outro de "O Bem Amado", veiculados respectivamente, nas noites dos dias 23, 24 e 25 de novembro de 1980, embora a análise tenha sido feita alguns anos mais tarde.

Caracterização dos programas

Embora "Fantástico, o show da vida", lançado pela primeira vez no dia 5 de agosto de 1973, tenha sido classificado no nosso trabalho na categoria show, sabemos que nesse programa os gêneros se misturam na tentativa de atender a todos os gostos, ou seja, do público heterogêneo que assiste a ele. Levado ao ar no horário das 20 horas do domingo, o programa apresenta uma mistura de notícias factuais com reportagens de ocorrências que fogem à normalidade e que recebem tratamento de espetáculo. Também procura observar talentos da música popular brasileira, abrindo ainda espaços para artistas norte-americanos e para o humor.

Em síntese, podemos dizer que "Fantástico", com todo o seu movimento e com todo o seu multicolorido, se caracteriza como um programa informativo, fragmentado em função da variedade dos temas abordados e da falta de ligação entre eles. A preocupação maior é o caráter exótico, e a espetacularização da telenovela, e o show, são os efeitos óticos e sonoros. Na verdade, o retratado no Fantástico serve mais à "ilusão cafeelescópica" do que à informação da realidade circundante.⁴ A mistura de reportagens faz com que o programa termine dando significação ao fenômeno traduzido pelos teóricos da comunicação de massa como "fait-divers".

As séries brasileiras, também analisadas através de "Malu Mulher" e de "O Bem Amado", foram

lançadas no primeiro semestre de 1979, embora os antecedentes do projeto nos remetam à data anterior.

No decorrer de um ano e meio de experiência, o seriado "Malu Mulher", que tratava de questões sócio-culturais ligadas ao papel da mulher e à feminização, abordou uma variedade muito grande de assuntos-tabus, preconceito, aborto, orgasmo feminino, solidão, homossexualismo, desemprego, etc — e ocupou manchetes dos principais jornais e revistas do país, até o seu desaparecimento do vídeo, no final de 1980. Foi o programa mais premiado da televisão brasileira, tendo sido veiculado em diversos países da Europa e também nos Estados Unidos, onde conquistou o prêmio Iris.

O seriado "O Bem Amado" focaliza os mais variados aspectos da realidade sócio-político nacional, dando ênfase à sátira e ao humor. Toda a história se passa na imaginária cidadezinha de Sucepira, no interior da Bahia, tendo como prefeito o demagógico Odorico Paraguaçu (Paulo Gracindo), dono de um vocabulário inusitado. Os temas tratados neste seriado são tão diversificados quanto os acontecimentos que dizem respeito à vida nacional.

Podemos dizer que, ao contrário de o "Fantástico", os programas "Malu Mulher" e "O Bem Amado" têm um conteúdo linear, apresentando um fio condutor, isto é, uma linha de raciocínio através de uma história com princípio e fim. Ambos remetem ao mundo do imaginário, porém procuram relacioná-lo com o real, quer dizer, através do conteúdo e da técnica procuram imitar as aparências da realidade empírica.

Níveis de percepção

Em síntese, podemos dizer que os três programas analisados têm uma característica comum, válida para toda a programação televisiva: e ideológica. Foi apelando para essa característica que procuramos conhecer o nível de percepção crítica dos estudantes em relação às mensa-

gens veiculadas pela TV. Pressupomos, no entanto, que o texto televisivo também poderia ser percebido pelos estudantes em um outro nível, anterior ao crítico: o descritivo.

Nos limites deste estudo consideramos como manifestação a nível descritivo, as respostas que apenas descrevem corretamente temas e personagens dos programas analisados. Consideramos como manifestação a nível crítico as respostas que extrapassem o nível descritivo e manifestassem consciência de distorções da realidade e/ou identificassem as relações subjacentes no conteúdo das mensagens analisadas (comparação entre o imaginário e o real). Ou seja, procuramos observar se os estudantes eram capazes de, primeiramente, compreender e depois, questionar o conteúdo televisivo.

Para a realização dos objetivos aqui propostos, realizamos entrevistas com 23 estudantes, entre os 30, que desde o início da pesquisa vinham compondo a amostra. Dentre os entrevistados, nove responderam sobre "Fantástico", seis sobre "Malu Mulher" e oito sobre "O Bem Amado". Vale ressaltar que nenhum dos entrevistados tomou conhecimento prévio sobre a realização dessas entrevistas e que somente foram entrevistados os que afirmaram ter assistido do início ao fim os programas em estudo.

Embora as entrevistas sobre "Fantástico" tenham sido realizadas menos de 48 horas após o programa ter sido levado ao ar, nenhum dos estudantes entrevistados lembrou mais do que três das cerca de 20 reportagens ou quadros apresentados, evidenciando o baixo nível de retenção em relação às mensagens veiculadas.

Entendemos que uma análise do conhecimento dos estudantes em relação ao conteúdo da TV deve levar em consideração pelo menos três causas. Em primeiro lugar, acreditamos que ele poderá ter ocorrido como consequência do tipo de pergunta por nós formulada, caracterizada como um tanto livre por pretender da parte dos entrevistados uma recuperação espontânea dos segmentos do programa, pois sabemos que a recordação de algo depende da apresentação do estímulo adequado.

3 - Na época em que foi realizada a pesquisa os únicos sinais existentes em Natal eram os da Globo e TV U.

4 - Paulo Maia. A formação crítica do receptor no Brasil In: North, Flôrencio (org.) Comunicação e consciência crítica, p. 69 - 78.

O esquecimento também poderá estar relacionado com o emprego de determinadas técnicas na produção de notícias. Entre outras dessas técnicas lembramos a do "aluvião", representada pela tendência do Fantástico em emitir um grande número de notícias através de tomadas de demasiadamente rápidas. Ao mesmo tempo, "a-historização", ou seja, a falta de historicidade dos fatos, que são apresentados pelas notícias de maneira fragmentada, também impede o telespectador a uma melhor compreensão do fato narrado.

Sabemos que a junção de elementos dispersos e fragmentados se tornou realidade na produção televisiva, através da montagem, possibilitada com o surgimento do "vídeo-tape". Essa possibilidade, que cada vez mais contribui para a assimilação do real, certamente deixa fascinado o telespectador menos experiente e, sem dúvida, dificulta o seu mergulho na narrativa do fato apresentado, impossibilitando uma maior compreensão e levando o telespectador ao esquecimento do que ele vê através do vídeo. O esquecimento ainda poderá ocorrer devido à falta de ligação do conteúdo da TV com a vida real dos estudantes e também à falta de reforço interpessoal, sem dúvida aspectos importantes para o entendimento e a fixação da mensagem por parte da audiência.

Ao serem solicitados a relatar os fatos por eles recordados inicialmente, os estudantes se expressaram de maneira bastante sucinta, apresentando descrições caracterizadas pela inexistência de detalhes e, até mesmo, pelo engano na transmissão de informações.

Também sobre o episódio "Malu Mulher", os entrevistados emitiram respostas limitadas apenas à descrição de uma sequência, manifestando, ainda, dificuldade de abstrair a idéia central da mensagem transmitida pelos personagens. Tais respostas também nos levaram a acreditar que os entrevistados não revelaram habilidade para configurar o papel dos personagens e captar suas significações no episódio.

A pobreza de detalhes, a distorção dos fatos e a seleção de aspectos irrelevantes do episódio, não demonstrando apreensão das características essenciais, se apresentaram como uma constante no decor-

rer das entrevistas.

Nas opiniões sobre o comportamento administrativo de Odolico Paraguaçu, o personagem principal de "O Bem Amado", caricatura dos coronéis do Nordeste, extremamente autoritário, oportunista e sem escrúpulos, os estudantes entrevistados apontaram qualificativos como corrupto, interessado, chantagista, não fazendo, no entanto, referências ao autoritarismo, característica marcante do personagem. Essa ausência pode significar a aceitação dessa característica como "natural" ou "comum" nas figuras de poder.

Uma visão geral das entrevistas sobre os três programas analisados evidência a dificuldade dos estudantes para descreverem o conteúdo das mensagens veiculadas pela TV e até o esquecimento em relação aos fatos. Essas dificuldades foram manifestadas através de respostas pobres em detalhes, por vezes limitadas à descrição de uma só sequência e selecionando aspectos irrelevantes das mensagens, denotando falta de condições para abstração das idéias centrais. Observamos ainda a ocorrência de respostas distorcidas, ou seja, a dificuldade de apreensão dos fatos e enredos apresentados.

A análise das entrevistas também nos conduziu ao entendimento de que os adolescentes entrevistados quase não manifestaram percepção crítica, entendida neste trabalho como a capacidade de identificar, nas mensagens veiculadas pela TV, distorções da realidade e/ou as relações subjacentes aos conteúdos dessas mensagens (comparação entre o real e o imaginário e vice-versa). Esses elementos quase não foram registrados sequer nas respostas relacionadas com o programa Fantástico, onde o tratamento dado às mensagens (possivelmente, mais evidente as distorções da realidade e as relações subjacentes) poderia suscitar a manifestação efetiva da percepção crítica.

O mesmo aconteceu com "O Bem Amado" e Malu Mulher", apesar de o episódio focalizado por este último programa ter abordado a história de uma adolescente da mesma faixa etária dos entrevistados.

As opiniões dos estudantes se referiram apenas à indicação sobre

a falta de dete^{res} de algumas personagens, ao julgamento maniqueísta de atitudes de personagens e ao elogio do programa Fantástico, "por deixar as pessoas atualizadas com o que está se passando".

Tais observações, no entanto, não podem ser traduzidas como manifestação da percepção crítica dos estudantes. Poderíamos argumentar aqui sobre o nível de exigência do que se define neste trabalho como percepção crítica e admitirmos que ele foi elevado em relação à escolaridade dos entrevistados. A afirmação, no entanto, não altera a conclusão anteriormente exposta, se levarmos em consideração o fato de que o nível crítico pressupõe o descritivo e, conforme ficou evidente, os estudantes também manifestaram uma frágil percepção deste nível.

Considerações finais

A partir dos resultados deste trabalho, que, naturalmente, não tem a pretensão de apresentar conclusões generalizadas, constatamos que a escola pesquisada não vem exercendo o papel de formadora de educandos críticos, sendo em relação à realidade, consequentemente, em relação aos produtos da indústria cultural. Apesar do interesse dos estudantes pelos programas de TV, a escola prefere comportar-se como adversária deste meio.

O fato de os estudantes terem manifestado uma frágil percepção crítica e de terem demonstrado deficiência de percepção a nível descritivo, evidencia a dificuldade de entendimento e de questionamento sobre as mensagens veiculadas pela televisão. Tal situação, no nosso entender, reflete as condições de aprendizagem proporcionadas pelo contexto social no qual os alunos estão inseridos, onde a ideologia inibe o comportamento crítico. Como agência de socialização, a escola reforça esta função através da postura dogmática-verbalista diante dos alunos. Esta "relação bancária", característica da escola tradicional, impede a prática do diálogo, eliminando o pensamento crítico diante de qualquer situação. Daí porque,

apesar de considerarem a escola importante para os seus projetos de vida, os estudantes demonstraram manter com essa instituição uma relação conflitiva e insatisfatória, ou seja, muito mais utilitarista do que de prazer. Diante dessa constatação e levando em consideração a opinião emitida pelos estudantes no sentido de que as aulas se tornam mais interessantes quando ilustradas por temas veiculados pela TV, sugerimos que este procedimento seja incentivado como forma mais eficiente de se desenvolver a discussão crítica na escola. Conscientizar o professor da possibilidade de utilizar criticamente as mensagens veiculadas pelo m.e. m. constitui, na nossa opinião, o aspecto mais importante do problema. Isto porque não podemos mais conti-

nuar desconhecendo a importância dos meios de comunicação de massa na educação contemporânea.

Escola e meios de comunicação devem se constituir nas duas faces de uma mesma moeda, isto é, impossível de serem separadas. Na realidade, os seus caminhos são cruzados". Deixar de levar para a escola os m.c.m. ou as suas mensagens é fugir a uma realidade já documentada cientificamente.

A Investigação, ao mesmo tempo, veio reforçar o ponto de vista de que a televisão não pode mais ser concebida através de uma visão apocalíptica, segundo a qual era atribuída às suas mensagens o poder de manipular as consciências, como se os indivíduos jamais dispusessem

de mecanismos de defesa. Ora, as próprias condições de produção do texto televisivo, conforme analisamos acima, contribuem para dificultar a captação da narrativa e até mesmo para impedir a retenção das mensagens na memória. Isto reafirma o ponto de vista de que a TV funciona muito mais como reforçadora dos gostos e tendências do telespectador, vez que sendo a memória seletiva, ela só capta o que realmente interessa, descartando tudo mais.

Referências Bibliográficas

- 1- ADORNO, W. Theodor. A indústria cultural. "In: COHN, Gabriel. Comunicação e indústria cultural. São Paulo, Editora Nacional e Editora da USP, 1971, 405 p.
- 2- ALTHUSSER, Louis. Ideologia e aparelhos ideológicos de Estado. Lisboa, Editorial Presença/Martins Fontes, 1980, 120 p.
- 3- FADUL, Ana Maria. Sobre a recepção crítica dos meios de comunicação de massa no Brasil: um relato de experiências. São Paulo, INTERCOM, 1982, 108 p. mimeogr.
- 4- GADOTTI, Moacir. Educação e poder: uma introdução à pedagogia do conflito. São Paulo, Cortez, Autores Associados, 1980, 143 p.
- 5- GUTIERREZ, Francisco. Linguagem total: uma pedagogia dos meios de comunicação. São Paulo, Summus Editorial, 1978, 106 p.
- 6- HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor W. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação das massas. In: LIMA, Luís Costa. Teoria da cultura de massa. Rio de Janeiro, Saga, 1961, p. 157-206.
- 7- MAIA, Paulo. A formação crítica do receptor no Brasil: In: NEOTTI, Clarêncio (org.). Comunicação e consciência crítica, São Paulo, Edições Loyola, 1979, p. 69-78.
- 8- Um coquetel variado mais irreal. Jornal do Brasil. Rio de Janeiro, 7 ago. 1983, Jornal do Brasil T.V. p.9.
- 9- MELO, José Marques de. Televisão: bóie expiatório. In: NEOTTI, Clarêncio (org.). Comunicação e consciência crítica. São Paulo, Edições Loyola, 1979, p. 84-87.
- 10- MILANESI, Luiz Augusto. O paraíso via EMBRATEL. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978, 224 p.
- 11- OLIVEN, Arabela Campos. Relações de dominação: juventude e escola. In: SOARES, Ismar de Oliveira et alii. Juventude e dominação cultural. São Paulo, Edições Paulinas, 1982, p. 99-107

O MÉTODO DE ANÁLISE-SÍNTESE, O PENSAMENTO CRIATIVO E A ELABORAÇÃO DE TEXTOS NA EDUCAÇÃO

Roberto Lima de Souza

Professor da UFRN — Departamento de Filosofia

Pretendemos, neste trabalho, apresentar algumas vertentes possíveis da utilização de método de análise-síntese, enquanto método teórico, para o pensamento criativo. A nossa tese principal é a de que a "inspiração" pode ser conduzida inteligentemente, ou seja, que o genuíno ato criativo, em qualquer atividade humana, inclusive na Ciência, não é guiado apenas pela "instigação" ou, no caso das artes, só pela "emoção", mas que é possível aliá-lo a um modelo conceitual metodológico dentro de uma ótica heurística, isto é, de método de descoberta ou invenção. Nesta perspectiva, o método de análise-síntese parece-nos apresentar subsídios valiosos que poderão trazer luz à questão.

Em toda a recente filosofia de ciência "vigente" tem-se constatado a ênfase que é dada ao contexto de validação e à ciência como produto (conjunto de leis e teorias já

elaboradas), enquanto que o contexto de descoberta e, muitas vezes, o processo têm sido relegados como algo menor ou, quando muito, como algo meramente psicológico. É notória a tese de Popper, com ampla influência no pensamento contemporâneo, de que o como se dá a descoberta não pode ser objeto da filosofia da ciência, porquanto é impossível reconstruir racionalmente o seu caminho. De nossa parte, não comparilhamos com essa tese, pelo menos em sua formulação geral.

Sem pretendemos, aqui, discutir importantes questões relacionadas com o nosso tema, apresentaremos, sem maiores detalhes ou aprofundado referencial histórico, os seguintes pontos principais: 1) Uma caracterização geral de Método de Análise-Síntese; 2) Algumas considerações sobre o tipo de inferência empregada no Método; 3) Algumas aplicações práticas da Análise-Sín-

tese na Elaboração de Textos.

I. Caracterização Geral do Método de Análise-Síntese:

O método de análise, que remonta aos antigos geometras gregos, era comumente empregado na busca de provas e de construções para as resoluções de problemas geométricos. No primeiro caso, a análise se diz teórica e, no segundo, análise de problemas.

Na análise teórica, assume-se o que se está procurando, ou seja, o próprio teorema ou proposição que se deseja provar, como se ela fosse verdadeira, e, a partir desta, investiga-se um estágio anterior que possa conduzir à prova do teorema e, assim sucessivamente, outros estágios anteriores, até que se atinja

uma proposição já conhecida ou estabelecida como verdadeira. Alcançando-se uma proposição conhecida como verdadeira, temos um axioma, um postulado ou um dos chamados primeiros princípios. No caso de se alcançar uma proposição estabelecida como verdadeira, deve-se tratar de um teorema anteriormente provado. Em qualquer caso, atingindo-se esse estágio, será possível, então, a demonstração do teorema em questão.

Na análise de problema, assume-se o problema proposto como resolvido e, a partir da solução assumida, busca-se igualmente, de forma sucessiva, as condições antecedentes que proporcionariam tal resolução, até que seja alcançado o que os matemáticos denominam de "dados". Atingindo-se esse estágio, será possível, então, construir a solução do problema.

Tanto no caso da análise teórica, quanto no caso da análise de problema, o procedimento analítico em si não representa a demonstração do teorema nem a resolução do problema. A análise significa, assim, uma busca do caminho da prova ou da construção da solução, e é nisso que reside o seu papel heurístico de "método de descoberta".

Para o estabelecimento do teorema ou para a construção rigorosa da solução do problema, tanto o geométrico como o matemático deverão adotar o procedimento complementar da síntese que se segue à análise propriamente dita.

Na síntese, parte-se do que por último foi alcançado na análise, ou seja, da proposição conhecida ou estabelecida como verdadeira (na análise teórica) ou dos dados já conhecidos (na análise de problema) e, pela reversão dos passos lá alcançados, está-se, passo por passo, o teorema ou a construção pretendida.

2. Considerações sobre o tipo de inferência que se estabelece na análise:

A mais completa descrição do método de análise é devida a Pappus:

O seu relato do método, porém, tem sido objeto de controvérsias entre a grande maioria dos estudiosos

do assunto. Entre as dificuldades principais, destaca-se o problema do tipo de inferência que se estabelece na análise. Na primeira parte desse relato, o método parece nitidamente ser descrito como um movimento ascendente do pensamento em busca de premissas, das quais pudesse se seguir o que efetivamente se desejasse provar. Neste caso, teríamos, aí, um tipo de inferência não-dedutiva, um movimento no sentido oposto ao das implicações lógicas. Na segunda parte, todavia, a análise é descrita como um movimento descendente, enquanto comparado a conseqüências lógicas.

As primeiras reconstituições do método analítico, devidas aos historiadores da matemática grega, privilegiavam o aspecto dedutivista e rechaçavam o aspecto retrógrado não-dedutivista de busca de premissas, por considerá-lo como algo não-racional, o que, portanto, não poderia constituir um método. Neste contexto, entende-se, frequentemente, que a análise, enquanto procedimento descendente e dedutivo, é um processo cujas regras podem ser estabelecidas objetivamente, ao passo que, enquanto movimento ascendente, não-dedutivo, longe de ser racionalmente normalizável, deve ser considerado, como objeto de "intuição" ou "adivinhação". Esta situação, encarada à luz de tese de Lakatos⁶, de que toda história da Gênesis é uma reconstrução racional empreendida segundo uma metodologia prévia, assumida implícita ou explicitamente pelo historiador, nos revela que a abordagem que, aí, se dá ao método, se constituirá já em uma interpretação que pressuponha o estilo dedutivista como padrão único de racionalidade. Além disso, os que defendem a posição de que a análise seja um movimento dedutivo, devem supor necessariamente a reciprocidade das implicações, pois, em caso contrário, o processo não poderia ser revertido na síntese subsequente que é inequivocamente dedutiva. Dentre estes, podemos citar Richard Robinson⁷, que, defendendo a posição dos historiadores da matemática grega, rebate principalmente duas teorias de Conford⁸, que serão expostas a seguir.

Ao estabelecer uma estreita associação entre método de análise e dialética, Conford se viu seriamente criticado por Robinson, em primeiro

lugar, por afirmar que não se pode ter conseqüências lógicas em uma direção e, depois, em outra completamente oposta; e, em segundo lugar, que, se a análise fosse dedutiva, a síntese faria exatamente o mesmo caminho da análise em sentido inverso. Segundo entendemos, embora Conford esteja, em parte, certo quanto à sua concepção de análise como movimento de busca de antecedentes, estas suas afirmativas são, de fato, facilmente rebatíveis.

Partindo de um exemplo matemático muito simples e de outro especificamente geométrico, Robinson ataca essas duas teses e conclui que a análise é um movimento dedutivo e descendente e que, só em relação à síntese subsequente, é que pode ser considerado como um movimento ascendente.

Esta situação, na realidade, pode ser fartamente constatada na matemática, onde com grande facilidade as proposições são reversíveis. Todavia na geometria (onde o método era originariamente empregado), nem sempre as coisas ocorrem da mesma forma. Assim, estipular a dedutibilidade como condição da análise pode significar impor sérios limites à sua aplicabilidade, que ficaria, então, restrita apenas a proposições reversíveis.

Por outro lado, é fato que, na Idade Média como ainda em grande parte da literatura mais recente, a análise tem sido identificada simplesmente como um movimento "contra a corrente", ou seja, como um movimento em direção oposta à das implicações lógicas, enquanto que a síntese tem sido considerada como um movimento que caminha "a favor da corrente", acompanhando a direção das implicações lógicas.

Toda a discussão gerada a partir do relato de Pappus tem, na sua base, como se percebe, o fato de se conhecer a direção da análise enquanto comparada à direção de conseqüências lógicas.

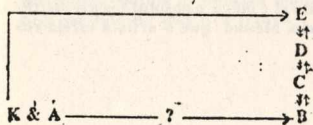
Hilfikka e Remes⁷, em sua interpretação de método de análise, posicionam-se contra a tese de que a análise, enquanto movimento ascendente, não seja um procedimento normalizável e, conseqüentemente

racional. Neste sentido, argumentam eles que as regras lógicas que nos dizem como proceder dedutivamente são as mesmas que nos conduzem no caminho de busca de antecedentes e que, portanto, não há razão para considerar um tal procedimento como não-racional. A tese geral que, aí, é rebatida é claramente exposta por Lakatos, quando afirma:

"Alguns defensores de estilo dedutivista alegam que a dedução é o padrão heurístico em matemática, que a lógica da descoberta é a dedução. Outros compreendem que isso não é verdade, mas tiram dessa compreensão, a conclusão de que o descobrimento matemático é uma questão completamente não-racional. Assim é que dirão que, embora a descoberta matemática não proceda dedutivamente, se quisermos que a nossa apresentação das descobertas matemáticas proceda racionalmente, deve-se agir no estilo dedutivista"¹⁸

Para aclararmos melhor este ponto e, dessa forma, explicitarmos o tipo de inferência genuinamente analítica, devemos entender que um teorema é uma proposição implicativa da forma "A" → "B", onde A e B são expressões normalmente complexas. Assumindo-se a primeira parte da implicação e levando-se em conta as informações de B, procura-se o caminho que possibilita deduzir a segunda parte da implicação, a partir das informações de A, associadas a K, onde K é o conjunto de regras de dedução.

Esquemáticamente, poderemos representar esta ideia de acordo com o gráfico a seguir, onde as setas simples (→) indicam as conclusões (não necessariamente dedutivas) inicialmente extraídas de B, levando-se em conta as informações de A e K conjuntamente. As setas dúplices (⇔) indicam as consequências (dedutivas) que se espera eventualmente estabelecer na síntese



Nesta situação, imaginemos, por exemplo, que o nosso conjunto K seja a axiomática de Kleene¹⁰ e que o nosso teorema seja, por exemplo, a fórmula:

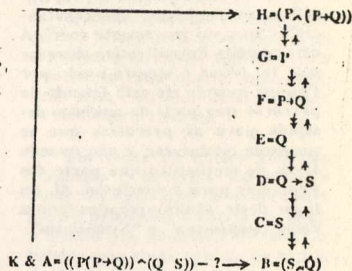
$((P \rightarrow Q) \wedge (Q \rightarrow S)) \rightarrow (S \rightarrow Q)$. Nesse esquema, a nossa parte "A" é o antecedente da implicação, ou seja, " $((P \rightarrow Q) \wedge (Q \rightarrow S))$ ", e nosso "B" será o conseqüente " $(S \rightarrow Q)$ ".

Assim sendo, vejamos como explicar o nosso raciocínio ascendente: precisamos obter, como a parte B nos informa, $(S \rightarrow Q)$. Mas, teremos... $(S \rightarrow Q)$ se tivermos S e Q, conforme nos sugere o Ax. 5 de K. Então, suponhamos inicialmente, pela ordem, que temos S. De onde S poderia provir? Verificamos que S ocorre na fórmula $(Q \rightarrow S)$ que poderá ser obtida pelo Ax. 3 de K, a partir da nossa parte A. Supondo-se, agora, que temos $(Q \rightarrow S)$, disso inferimos que S poderá ser obtido pela regra de Modus Ponens de K, se tivermos também Q (de que também precisamos para a nossa parte B). Supondo-se agora que temos Q, de onde poderia ele resultar? Verificamos novamente, pelas informações de K & A, que Q poderá provir de $(P \rightarrow Q)$, se também tivermos P, aplicando-se a regra M.P. Supondo-se então que temos $(P \rightarrow Q)$ e P, de onde poderiam provir? Uma vez mais, pelas informações de K e A, verificamos que ambos poderiam ser deduzidos a partir de $((P \rightarrow Q))$; que é uma parte conjuntiva de A. Encerra-se aí, portanto, caminho ascendente, e temos a fórmula decomposta.

O percurso descendente, onde se tentará estabelecer a ligação da parte E com a parte B, poderá ser assim expressa: Uma vez que se tem... $(P \rightarrow Q)$, a partir de A, pelo Ax. 3, obtém-se daí, igualmente pelo Ax. 3, P e, pelo Ax. 4, $P \rightarrow Q$, dos quais resulta, pela regra M.P., Q (que é uma parte de B). $Q \rightarrow S$, por sua vez, poderá ser obtido de A pelo Ax. 4; e, uma vez que já temos Q, tem-se, então, S (que é outra parte de B), também pela regra de M.P. Tendo-se S e Q, tem-se, então, pelo

Ax. 5 de K, $(S \rightarrow Q)$ que é a nossa parte de B.

Esquemáticamente, temos:



Desta forma, tem-se as indicações dos passos intermediários (e não tentativas cegas) para se estabelecer a ligação de A e B, o que se torna trivial por K, uma vez que as dificuldades foram divididas.

A partir deste exemplo simples, podemos constatar a afirmativa de Hintikka e Remes de que as regras que nos conduzem no caminho ascendente são as mesmas do percurso descendente e que o tipo de inferência analítica típica é a que nos possibilita a busca de antecedentes.

Evidencia-se, assim, que é possível proceder "contra a corrente" por meio do mesmo esquema que nos mostra como proceder para baixo, "a favor da corrente" e, deste modo, o procedimento ascendente, "contra a corrente", não é como disse Robison, matéria de "adivinhação". Além disso, como foi posto por Hintikka e Remes, o que mais importa no processo analítico, não é bem o fato de se estar extraíndo conclusões a partir de B ou de estar procurando descobrir premissas a partir das quais, juntamente com A, siga-se B. Antes disso, o que há de relevante é o fato de que a força lógica de B — as informações que presta acerca de certos tipos de configurações geométricas — é também considerada para, conduzir a tarefa analítica.

Um outro aspecto importante em sua interpretação do método de análise-síntese é que Hintikka e Remes fazem ver que o termo empregado por Pappus em seu relato "akolouthon", que tem sido traduzido normalmente como "conseqüência" no sentido de conseqüência lógica, significa, na realidade, "concomitância", "que vai juntamente com". A este respeito é significativo observar que tal termo é sempre usado por Pappus quando ele está falando do percurso que parte da conclusão desejada para as premissas que se pretende estabelecer, e não quando trata do movimento que parte das premissas para a conclusão. Afim, em lugar deste, são empregados termos como "ἑπόμενα" e "Συμβάινειν".

Na nossa língua portuguesa, que tantos vocábulos possui, de origem grega, vamos encontrar também uma evidência etimológica em favor da interpretação de Hintikka e Remes. Assim, por exemplo, a palavra "anacoluto" é empregada para designar "figura" de sintaxe em que um termo se acha como solto na proposição, sem se ligar sintaticamente a outro". Etimologicamente, então, "anacoluto" deriva de "an" (ausência, negação) e "akolouthon" (ligação sintática, concomitância). Na proposição "O mar não há beleza que se lhe compare", por exemplo, o termo "O mar" não possui nenhuma função sintática: não é sujeito, nem objeto direto, nem indireto, nem apostoso, nem vocativo, etc. É um anacoluto. O que ocorre em proposições como esta é uma quebra de construção sintática. Talvez, no caso, tenha-se imaginado originariamente uma construção fraseológica como "O mar é de beleza incomparável", ou "Não há beleza que se compare à beleza do mar", mas dada a rapidez do processo e por lapsos da mente, a verbalização tenha se dado de forma anacolútica.

Assim como um termo, toda uma proposição pode se constituir igualmente em um anacoluto em relação

ao perfoo, quando, principalmente na linguagem falada o pensamento não é completamente expresso e, de uma frase reticente, seguem-se proposições que possuem nexos lógicos, em um sentido amplo do termo. Agora, é comum, também, associar-se ligação sintática a uma relação lógica. Obviamente, porém, pode haver relações sintáticas entre proposições sem que isto represente uma relação lógica no sentido de que uma seja conseqüência da outra.

Isto posto, na análise podemos estabelecer concomitâncias que, eventualmente, podem representar também relações de conseqüência lógica, mas não necessariamente. E assim, desaparece o problema da descrição Pappusiana da análise. O tipo de inferência que se estabelece na análise, portanto, é uma associação de concomitâncias muito mais rica e criativa do que se possa supor, e disto resulta a sua força heurística.

3 - Algumas Aplicações Práticas das Idéias de Análise-Síntese na Elaboração de Textos, ou "O Filósofo desce das nuvens".

A nossa rápida consideração sobre o anacoluto na seção precedente, poderia, em outro contexto, ser ampliada e, a partir disso, talvez se pudesse chegar a compreender por que certos alunos possuem uma maior capacidade para redigir, compor, enquanto que outros, na maioria das vezes, só conseguem escrever textos "sem nexos". Na realidade, isso pode ser um indicio de que uns possuem o senso analítico desenvolvido e que outros dele carecem. Em ambos os casos, contudo, convém trazer à luz o que se passa no processo de criação, e isto, infelizmente, raramente ocorre numa situação concreta de sala de aula. Quase sempre, o professor está muito mais preocupado em avaliar o resultado, o produto.

Esta abordagem inicial nos conduz a uma pergunta-chave. "É possível organizar o pensamento criador?" ou ainda, "como ordenar ou conduzir a "inspiração" na elaboração de textos?"

Conhecemos, recentemente, uma professora de Minas Gerais, mestra em educação, que esteve em Campinas participando de um encontro em que se discutia a produção de textos para alunos de 1.º grau. Conte-lhe da minha tese sobre método de análise e que considerava possível, a partir de experiências particulares, aplicar as idéias gerais de método à produção de textos. Em especial, relatei duas experiências: uma com a poesia e outra, especificamente, na orientação de um grupo de professores e técnicos do PAEM (Programa de Assistência Educacional aos Municípios) da Secretaria de Educação do Estado do Rio Grande do Norte. Com este grupo produzimos, conjuntamente, diversos textos que deram origem à "Coleção Eco".

Por outro lado, ela me falou sobre um trabalho que realiza com um grupo de estudantes na escola onde é professora em Nova Era. São composições coletivas a partir de idéias dos alunos, mediante um tema que lhes é proposto.

Ao final dessa conversa, a idéia de que eu escrevesse algo sobre o método de análise e essas experiências concretas. A primeira parte parece que já cumprimos, ainda que sem grande aprofundamento. Restam, agora, o confronto com essas experiências concretas. Para isso, voltaremos para as perguntas-chave que tentaremos responder contextualmente.

Nesses casos particulares a que aludimos, temos duas situações distintas: a criação individual e a criação coletiva. Em ambos os casos, consideramos possível uma ordenação inteligente do ato criador.

a) O ato de criação individual é único e absolutamente solitário. Mesmo que o artista esteja ro-

dendo de pessoas, etc como se "ausenta", mas a sua mente trabalha "a mil", em associações incríveis, inimagináveis pelos homens comuns. Vem daí, talvez, a fama que os artistas (como os cientistas "loucos") têm de serem "desligados".

Imagine a frase: "Folhas caídas sobre o chão". Ela poderá lhe remeter à idéia de "árvores desnudas", que lhe remeterá a "outono". E você terá, invertendo a ordem, "Outono... Árvores desnudas... Folhas caídas sobre o chão..." Que tipo de associação se estabeleceu aí? Neste exemplo banal, um verso construído de forma retrovertida. É que o pensamento analítico trabalha de forma regressiva. Partimos, no exemplo, de "folhas caídas sobre o chão" e chegamos a "outono" que foi o ponto de partida da "construção". Temos, em consequência, "árvores desnudas" e, finalmente, "folhas caídas sobre o chão". E, assim, o verso "outono... árvores desnudas... folhas caídas sobre o chão..." foi composto no processo da síntese, ordenamento das idéias da análise.

Ocorreu-me, muitas vezes, ao escrever uma certa estrofe de um poema, constatar que ali não estava o início, mas o seu final. Através de "concomitâncias", as estrofes anteriores iam tomando forma e, ao final da ordenação "lógica" das estrofes, o poema completo, a "composição". O mesmo já me ocorreu com certas frases musicais: e a composição surgiu depois de um processo igualmente retrovertido.

O que acontece é que o artista (como o cientista) raramente fala de seu momento de criação (relatá-lo significa desnudar-se).

Há poucos anos atrás, escrevemos todo um livro de poemas que partia de um poema-síntese. Ao longo de todo o livro, cada verso se desdobrava em outro poema. Ao final, o livro representava a análise do poema-síntese e poderia muito bem ser lido de trás pra frente.

b) No ato de criação coletiva, as idéias que surgem na fase da "análise" podem até ser até mais ricas pela diversidade de óticas sobre as quais o tema está sendo apreendido, mas o trabalho "ordenador" da síntese pode resultar mais trabalhoso e certamente exigirá uma mente condutora com maior "capacidade lógica".

Quando da elaboração da "Coletção Eco", a preocupação daquele grupo de professores e técnicos era com o fato de que os textos disponíveis e que eram "aplicados", muitas vezes, no alto sertão do Rio Grande do Norte, nada tinham a ver com a realidade cultural e geográfica dos "leitores". Subitamente, os alunos se deparavam com "palavrões" como "pêssego", e era necessário a professora explicar que "pêssego" é "uma fruta parecida com uma manga, mas que não é manga", etc. Além disso, o pessoal alfabetizado se sentia desmotivado para a leitura porque não havia textos de seu "interesse", logo no início de sua carreira de leitores potenciais. Decidimos, então, trabalhar quatro núcleos temáticos: fauna, flora, florido e trabalho. Aproveitando-se treinamentos que eram ministrados nas microregiões, às professoras da zona rural, foram coletados dados "interessantes" junto as diversas comunidades.

Primeira tarefa: classificar o material coletado de acordo com os núcleos temáticos. Cada assunto que seria objeto de um texto, era analisado em seus vários componentes. Por exemplo, no tema "Festa da Padroeira": quais os elementos típicos de um festa de padroeira? como as pessoas participam? O ambiente era recriado: as novenas, os fogos de artifício, as barracas de doces, a procissão, etc., eram idéias que surgiam por associação até que se chegasse a uma, da qual partiria a história sobre a festa de padroeira.

Como se percebe, então, seguia-se uma estratégia de decompor uma idéia básica em suas idéias secundárias através de suas inter-relações (concomitâncias) até que se chegasse a uma que fosse "primeira na ordem da síntese", a idéia motriz.

Quando se tratou do núcleo temático "flora", foi dada ênfase ao aspecto da medicina popular: para que servia cada planta, cada erva, cada raiz, etc., tudo de acordo com os costumes da região.

Em torno do núcleo temático "trabalho", histórias surgiram a partir de cada tipo de atividade, e muitos problemas foram levantados: o homem que sobrevivia de fabricar balaios com cipós tirados da região do Mato Grande, se deparava com a mata cercada e uma placa "propriedade particular", e, em breve, a mata seria derrubada para o plantio de cana-de-açúcar. O artesão que fazia esculturas de umburana, sentia, cada vez mais, dificuldade para encontrar a madeira porque as árvores estavam sumindo. O caçador que sobrevivia de caça, não encontrava mais o que caçar. O pescador não podia mais pescar, pois não havia peixe, porque tinham construído comportas no rio que alimentava a lagoa...

A análise dos temas nos indicava, assim, que estas idéias deveriam ser o ponto de partida dos textos e que estes deveriam, então, questionar a realidade. Foi assim que surgiu uma outra idéia, a de que, ao final de cada texto, fosse elaborado um questionamento, pois, deste modo, eles poderiam ser complementados. Os alunos, por sua vez, abandonariam, aos poucos, a atitude passiva de meros ouvintes, e o processo seria realmente, pois sugeria-se, também, entre outras atividades, a verbalização por parte dos alunos de "histórias semelhantes", em que se deveria levar em conta o tipo de solução apresentada e as experiências particulares anteriores.

Em suma, "composição" deve estar, também, ligada a decomposição. Nunca, portanto, um texto deve ser considerado como definitivamente acabado, como algo isolado e não inter-textual. Só assim as idéias podem ser novamente analisadas, até que se chegue a um novo ponto de partida para uma nova síntese.

O resultado (para nós a continuidade do processo) foi considerado bastante satisfatório. Técnicos do MEC classificaram o nosso trabalho como "excelente material paradiadático". O mais importante, porém, foi a constatação de que os nossos "leitores" se identificavam com as histórias e que se encontravam nos personagens nelas envolvidos. É que estávamos lhes devolvendo o que, de fato, era deles, com a linguagem deles, como participantes no processo. Além disso, tudo apresentado em material "familiar". O papel era o mesmo utilizado na impressão de folhetos de Cordel, com "desenhos" ricos em detalhes, mas singelos nos seus traços. Obra de artista popular.

Um dos volumes, em particular, "Os Animais do Sertão", escrito em estilo e literatura de Cordel, com versos em redondilha maior, teve respostas mais concretas. Indagávamos ao final, depois de falarmos de todo tipo de animal da região que nos fora possível levantar, se o leitor conhecia outras espécies, as suas utilidades, costumes, etc. Para a nossa surpresa, entre outras cartas, todas em linguagem simples do povo do sertão, uma trazia também, em versos, uma "Complementação" ao nosso folheto. Esperávamos incluí-la numa próxima edição. Infelizmente, porém, com a mudança de Governador, Secretário de Educação, e Coordenador do PAEM, "novas diretrizes" foram dadas à Secretaria, é o projeto da "Coleção Eco" ficou meio caminho andado.

A riqueza do modelo conceitual análise-síntese poderá ser explorada em diversas outras atividades di-

dáticas. Sugiro que, em especial no ensino da matemática, onde os alunos mais criativos são, muitas vezes, os mais desestimulados, o emprego deste método poderá ser de grande proveito. Assim, deve o professor não apenas considerar se o resultado está "certo" ou "errado", como normalmente ocorre, mas deve também levar em conta o raciocínio desenvolvido pelo aluno. Infelizmente, com a grande massificação do ensino, mais uma vez se privilegia o produto, o resultado dos "gabaritos", em detrimento do processo, onde ocorre e deve ser estimulado o ato criador.

Mas, acreditamos que se possa abrir uma nova perspectiva. O interesse crescente pela informática e as influências de ordem metodológica que daí possam advir, resultarão certamente, ainda que a longo prazo, em uma revalorização do processo, pois afinal de contas, sem o processo não existe computação, e é característica fundamental das ciências computacionais a adoção de uma metodologia analítica. Desta forma, esperamos que a "inteligência artificial" possa indicar variáveis "adormecidas" na apreciação da inteligência humana.

(Trabalho apresentado no I Encontro Nacional de Filosofia - São Paulo, USP, 1986 - São Paulo, 18 de setembro de 1986.)

NOTAS

- Estes aspectos são detalhadamente discutidos em nossa tese de mestrado "Sobre o Problema da Interpretação de Método de Análise", apresentada à Unicamp em dezembro de 1985.
- Pappus, grande matemático grego, viveu provavelmente em torno do ano 300 de nossa era. No livro VII da sua "Collectiones", Pappus descreve um ramo do estudo que ele chamou de "Análises". Podemos traduzir este nome por "Tesouro da Análise" ou "Arte de Resolver Problemas" ou mesmo "heurística". G. Poyla in A Arte de Resolver Problemas, tradução de Heitor Lisboa de Araújo, R.J., Interciência, 1978, p. 104).
- Hankel, Cantor, Heath, Zeuthen; Duhamel, Paul Tannery.

4. Lakatos, I. História da Ciência e suas reconstruções Racionais. Tradido por Diego Ribas Nicolau. Editorial Tecnos, Madrid, 1974.

5. Veja-se Richard Robinson - "Analysis in Greek Geometry" publicado originalmente em MIND N. S. 45/1936, pp. 464-473. O referido artigo, traduzido por Roberto Lima de Souza ("A Análise na Geometria Grega"), aparece publicado nos cadernos de História e Filosofia da Ciência 4/1983. CLE - Unicamp, Campinas - SP

6. Veja-se Conford F.M. - "Mathematics and Dialectics in the Republic VI - VII, in MIND N. S. 41/1932.

7 - Hüntikka, J. Reines, U. - The Method of Analysis, D. Reide e Publishing Company, Dordrecht, Holanda, 1974.

8. Lakatos, I. - A Lógica do Descobrimto Matemático - organizado por John Wrenn e Elie Zahar, tradução de Nathaniel C. Calceira. Zahar ed. Rio de Janeiro, 1978. pp. 186-7.

9. Este esquema é uma simplificação do que é apresentado por Hüntikka in "The Method of Analysis".

- $1 - A \rightarrow (B \rightarrow A)$
 - $2 - (A \rightarrow B) \rightarrow ((A \rightarrow B) \rightarrow (A \rightarrow C))$
 - $3 - (A \wedge B) \rightarrow A$
 - $4 - (A \wedge B) \rightarrow B$
 - $5 - A \rightarrow (B \rightarrow (A \wedge B))$
 - $6 - A \rightarrow (A \vee B)$
 - $7 - B \rightarrow (A \vee B)$
 - $8 - (A \rightarrow C) \rightarrow ((B \rightarrow C) \rightarrow ((A \vee B) \rightarrow C))$
 - $9 - (A \rightarrow B) \rightarrow ((A \rightarrow \sim B) \rightarrow \sim A)$
 - $10 - \sim \sim A \rightarrow A$
- M.P. - A, A \rightarrow B/B

11. A demonstração de "A \rightarrow B", do ponto de vista da lógica moderna, torna-se imediata pelo Teorema de dedução. Todavia, há um outro procedimento heurístico que nos importa muito mais do ponto de vista metodológico que do ponto de vista lógico. É o que denominamos de "dedução auxiliar" a partir da qual se chega à demonstração do teorema descejo pelo descoberta de novas formulações de axiomas relevantes para a prova. Vide Sobre o Problema da Interpretação e o Método de Análise - Da concepção Tradicional à Visão de Hüntikka e Reines. (de Souza, Roberto Lima, 1985 - Campinas - tese de Mestrado apresentada ao C.L.E. - Unicamp).

Introdução

Os países pobres do terceiro mundo têm diante de si uma única opção, para a liberdade ou para continuarem alienados (9:26), participantes ou integrados a uma sociedade totalitária, da não-liberdade e da repressão, comandados por uma elite superposta, o terceiro mundo começa a falar, descobrindo-se incapaz, voltando-se e conhecendo-se a si mesmo para a busca e reencontro com a história.

O totalitarismo hoje presente (que não é apenas uma "coordenação político-terrorista da sociedade, mas também uma coordenação técnico-econômica não-terrorista que opera através da manipulação das necessidades humanas") (3:24) fez enudecer a voz do povo, tornando-o não participante, mutilado, sociedade sem gente.

Todas as necessidades totalitárias, sejam eles capitalistas, fascistas ou comunistas, têm a mesma inspiração: agressão à natureza. A sociedade de consumo, mutilando o homem através de bens supérfluos, e mais restringindo as verdadeiras necessidades (2:18), vem garantindo no seu "lútego econômico" a perigosa expansão deste sistema (2:14), manipulando os conflitos (1:17), alienando os homens até no seu tempo livre (2:99).

O povo — objeto torna-se fermento de coesão social (3:234), como base de exploração "além dos limites das fábricas e muito além da classe trabalhadora" (1:18). E até o processo tradicional do protesto está sendo neutralizado pelas tendências totalitárias da sociedade unidimensional (3:234), convertendo-se em cerimonial, inofensivo e dirigido, parte da salutar dieta dos dominadores (3:33).

Trata-se de uma "sociedade fechada (9:47), mas em fase de ruptura (9:49). Sociedade fechada brasileira, colonial, escravocrata, antidemocrática, reflexa, ponto de partida para a transição (9:65).

Entretanto, as possibilidades de transformação ou mudança tornam-se abaladas pela unificação dos antigos setores opostos da sociedade (3:38). Assim trabalhador e patrão têm o mesmo jornal, vem o mesmo programa de televisão, assimilando usos e atitudes, compartilhando necessidades e satisfações: aqui está o caráter racional de irracionalidade da sociedade contemporânea, unin-

DE MARCUSE A PAULO FREIRE... DA NEGAÇÃO DO HOJE À LIBERDADE DO AMANHÃ

Manoel Barbosa de Lucena

Professor da UFRN — Departamento de Filosofia

do prazer e horror, calma e violência, participação e destruição, nesta repulsiva unidade do sistema (1:125).

Este trabalho pretende analisar alguns dos seus componentes, "aprendendo a dizer" a palavra do próprio povo, como a emergência de uma nova sociedade, sujeita de si

mesma e da história.

A saúde desta sociedade enferma está na voz do povo, em sua participação (9:55), à procura da "sociedade aberta", onde os extremos novamente se encontram: "a mais avançada consciência de humanidade e sua força mais explorada (3:235), na simbiose dos opostos.

Da repressão à liberdade

A história do homem é a história de sua repressão (Freud). Marcuse preferiu ver a possibilidade histórica da abolição dos controles repressivos da civilização (2:158), numa ordem não-repressiva onde o homem e a natureza se harmonizem (2:172).

Embora com claros de esperança, a história da civilização tem sido marcada pela violência e pela opressão, tal qual tácita aliança entre classes, oferecendo legitimidade a regimes ilegítimos (9:21). E este sistema organizado para domínio sempre mais eficaz da natureza e do homem (3:36), se estende a todas as esferas da vida, integrando toda a oposição e absorvendo todas as alternativas (3:37). Em nome da humanização da sociedade, o homem através dos tempos, luta por fatores que o fazem acomodado. Atualmente dominado pelas forças dos mitos, comandado pela publicidade organizada e ideológica, vem ele renunciando até sem saber, à sua capacidade crítica de reflexão e de decisão (9:43).

Esta repressão e dominação impedem o homem de ser (8:10)... de ser homem, de ser ele mesmo. Humanização negada na injustiça, na exploração, na opressão, na violência dos opressores, mas afirmada nos anseios de liberdade e de justiça, na luta dos oprimidos em recuperar a humanidade roubada (7:30).

E para dominar, os crimes contra a humanidade são transformados ou interpretados como empresa racional (3:67). A repressão começa a ser aceita como natural, na administração do mundo. Trata-se de um universo totalitário, repressor, transfigurado em Razão (3:125), onde patrões e operários perdem sua identidade por trás da esbúndida ordem das cousas (2:59). Os oprimidos vêm no opressor, o seu modelo, e quando pensam em Reforma Agrária, pensam também em ser patrões de outros trabalhadores (8:58). É que eles estão subordinados "à consciência do amo" (Hegel) e o desenvolvimento como sinônimo de libertação é ainda uma "possibilidade não-experimentada" (8:62).

O terceiro mundo está calado: é a cultura do silêncio: sua voz não é sua, mas a voz da metrópole

(8:65). É que a... repressão nutre-se do amor à morte (7:74), manipulando, comunicando conteúdos, sem deixar que as massas pensem (7:153).

Já as elites dominadoras da velha Roma falavam uma necessidade de "pão e circo", amaciando e silenciando as vozes do povo. Hoje os conteúdos variam, mas continuam invariáveis a ânsia e o desejo de dominar e oprimir (7:165).

Em 1964, os militares chamando de "revolução" ao golpe, praticaram uma política de servilismo à metrópole, impondo o silêncio ao povo. As sociedades latino-americanas, dependentes e "fechadas" continuam manipuladas, sem voz (8:66), com oposições facilmente corrompidas e liquidadas e com uma população objeto de uma anestesia geral (2:102).

A tentativa de união das classes oprimidas é respondida pelos opressores cognominando-a de subversão, e a luta pela gratificação tornou-se "concupiscência" (2:115). Conceitos como organização, luta, sindicalização são timbrados como "perigosos" (7:165).

A paz é comprada em conclusão com uma ordem imposta (7:171).

Nesta sociedade, os analfabetos constituem a metade da população, "massa de manobra" (9:21), esmagado, sem voz, adotando um "eu" que não lhe pertence. Estamos todos proibidos de falar e de crescer (9:75). Opressão de servos e escravos pelos senhores, de africanos e indígenas pelos europeus (9:78), de países pobres pelos países ricos. A exportação de matérias-primas, a importação de manufaturas, um péssimo sistema de educação e saúde, escolas-instrumentos do poder, a desnutrição, a mortalidade infantil, a alta criminalidade, são algumas das características das sociedades dependentes (8:66).

O poder repressivo se transforma em anonimato, escondendo-se por trás de gerentes e chefes de uma burocracia (2:98). O poder se transforma no exercício de grupos para manter e consolidar posições e privilégios (2:52). As guerras são feitas para defesa de paz, e tudo, para perpetuar a opressão e para impedir a emancipação dos povos (1:11).

Aqui está o homem, esmagado, acomodado, expectador, dirigido por mitos que forças sociais poderosas criaram para ele, com medo da liberdade (9:45).

Haverá possibilidade de rompimento desta cadeia de repressão

... crescente? Existirão possibilidades históricas de mudanças?

É tarefa de Educação esmagar a sombra da opressão (9:37), em busca da liberdade.

A desumanização não é um destino dado ao homem, mas resultante de uma ordem política injusta que torna também aos opressores desumanizados (7:30).

Criar a consciência da opressão e em dos momentos mais graves que se coloca a libertação (7:39); contudo interessa aos opressores manter a mentalidade dos oprimidos através de práticas paternalistas (7:69).

O equívoco dos dominadores, pensando em salvar sua riqueza e seu poder é pensar que sozinho se libertarão (7:171). Ora, somente os oprimidos poderão libertar seus opressores, libertando-se a si mesmos (8:59).

O compromisso histórico dos países pobres é superar sua "situação-limite" de sociedades dependentes, para converterem-se em "seres-para-si-mesmos" (8:62).

O povo já percebeu que a sociedade atual é uma sociedade de guerra contra ele (2:18), subordinando-o aos Senhores do aparato (3:160).

Os centros de oposição, personalizados nos militantes negros, nos estudantes, nos movimentos sindicais no "não" chileno, nas lutas pela libertação de presos políticos (no Chile ou na Nicarágua), recebem com mais vigor o peso da repressão; as atividades de libertação são sufocadas e um vasto exército de agentes de informação se espalha por toda a parte (1:32).

Entretanto, há uma consciência de que se o poder que nasce da debilidade dos oprimidos será forte para libertar a todos (7:31).

Enquanto lutam, num trabalho não desejado, mas determinado pelas necessidades e por uma finalidade externa a liberdade não será conquistada. O campo da liberdade está fora da "luta pela existência" (5:57). Assim, sem oprimidos, os caminhos da libertação não serão alcançados (7:03). Se a liberdade não existe na opressão, somente será conquistada através dos oprimidos, além do reino da necessidade e da atividade não-livre.

O homem, enquanto ser de integração, não aceita imposições por natureza: somente o faz, acomodan-

do-se e ajustando-se à semelhança do animal como imposição do sistema dominador (9:42).

A liberdade hoje existente é uma liberdade vigiada (2:14) em cujo nome crimes são perpetrados contra a humanidade através da pobreza e da exploração, e o povo, manipulado e organizado, é livre: liberdade misturada com agressão, repressão e submissão ao império de lei dos outros (2:15).

A verdadeira liberdade não chegará, por acaso, mas será resultado de amor, contra a violência dos opressores (7:31). Ela será uma conquista, não uma doação (7:35).

Entretanto, a presença do padrão introjetado nos dominados, esmagados num contexto unidimensional, fá-los temer a liberdade, preferindo a preganização, a acomodação. Temem ser livres. São eles e ao mesmo tempo o outro, consciência opressora (7:36). Preferem à liberdade o seu mito, acreditando que "todos são livres para trabalhar onde queiram, que a "ordem" respeita os direitos da pessoa humana etc. (7:136). E em nome dessa falsa liberdade, "liberdade confortável, suave, razoável e democrática (3:23), liberdade de residência, de profissão ou de lucro ou a livre escolha entre ampla variedade de mercadorias e serviços, o homem é dominado e escravo (5:144). Nesta falsa consciência, os oprimidos temem a liberdade, anestesiados pela consciência hospedeira. A liberdade temida implicaria na expulsão da sombra do opressor, cujo "vazio" teria de ser ocupado por sua consciência crítica (7:35). Por isso, a liberdade é um parto, e o homem dele nascido é um homem novo, nem opressor, nem oprimido (7:36).

Não seria melhor menos plásticos, menos esbanjamento e mais liberdade (1:31)? como entender a liberdade e satisfação vigentes numa terra transformada em inferno (2:14)? a escravidão da mente será diferente da escravidão do bancário, do professor, do jornalista, assalariados (3:43)?

A liberdade da civilização é ilusória. Por trás do "veu político da democracia e da liberdade, surge na realidade a servidão universal, a perda de dignidade humana em uma liberdade de escolha pre-fabricada" (1:23).

A escravidão é determinada pela condição de ser um instrumento, um objeto. O animal parece mais livre, se comparado com o homem oprimido (7:54).

"Pronunciar o mundo não é privilégio de alguns" (7:93).

A nova sociedade, libertadora, compreende a redução da miséria, da violência, da crueldade (3:218), num Estado no qual o ser atingirá a sua realização e onde a tensão entre o "é" e o "deve" é definitivamente resolvida, visualizando-se a interrupção da produtividade repressiva da razão e o fim da denominação (3:160).

O sub-desenvolvimento dependente é o ópio do terceiro mundo. Mas quando o povo conquistar o direito da palavra, a sociedade "muda" deixará de ser silenciosa (8:65).

Como a liberdade é uma conquista, com ela as condições de escravidão e repressão serão eliminadas, na negação das instituições ora estabelecidas.

A sociedade produz os meios para libertar o homem. Sua humanização implica na transformação do mundo, na negação do homem abstrato e na negação da humanidade como realidade ausente dos homens (7:81).

A nova liberdade implica negação e reconciliação com o passado (1:54), nascida da própria sensibilidade, do Eros reprimido (1:74).

É a luta para que as mãos sejam não de suplicantes e dependentes, mas de homens que transformem o mundo (7:32). E o estabelecimento do amor, antes proibido.

Da conscientização à crítica

A unidimensionalidade do universo a tudo e a todos atinge, espaços físicos e históricos, a palavra e a todas as formas de comunicação, introjetando na consciência os valores e necessidades dos atos e gerentes. E o que as criaturas querem dizer quando dizem se relaciona com o que não dizem porque vivem num universo de contradições manipuladas (3:183).

A linguagem e consciência dominantes, alheias a qualquer crítica

(3:103), não explica, mas apenas comunica decisões: é a linguagem própria dos regimes autoritários. Sob este céu presente, o que falamos os homens quando falamos ora, palavra e conscientização nunca se separaram, pois a aprendizagem, a linguagem, a palavra está intimamente associada a uma tomada de consciência da situação real da vida (9:6).

"A consciência do mundo e a consciência de si crescem juntas: uma é a luz interior da outra" (7:9). Por isso a alfabetização caminha a par com a conscientização, como abertura à compreensão da realidade. Se a palavra é hoje um instrumento utilizado pelos dominadores para violentar as consciências, violentando ao mesmo tempo a própria linguagem, busca-se encontrar que ele se encontre, falando o que esconde no seu significado (3:184), revelando o que está escondido dentro do seu universo real.

Por isso, a conscientização não é conhecimento do significado, dentro de uma comunicação funcional no qual o homem é treinado para esquecer (3:108), mas é antes e acima de tudo opção, decisão, compromisso, análise, reflexão, possibilidade de ultrapassar o momento histórico autoritário e dominador (9:5).

A palavra só tem sentido quando utilizada para a humanização do mundo (7:13), comprometida com a libertação, vinculada a uma ação concreta e eficaz, numa subversão do universo da locução, redescobrimo a dimensão histórica do significado (3:186).

Diante de uma linguagem da positividade, na defesa da ordem estabelecida, o uso de obediências é uma punição a si mesmo. Assim, a consciência do mundo busca encontrar a humanização do universo através de uma Educação reflexiva e crítica (9:59).

Conscientizar não é dar palavras de ordem, mas é abrir caminhos para análise da realidade. Se por ela as insatisfações sociais surgem, é porque elas são componentes reais de uma situação de opressão (9:12), de dominação e de violência. Se a linguagem funcional está apenas preocupada com o aumento do eleitorado, abandonando o processo de conscientização político-social (9:24), a dimensão oculta do signifi-

cado reclama sua dimensão histórica (3:186), rompendo o domínio opressor, anulando a falsa consciência, tornando as pessoas conscientes da necessidade de sua libertação (1:44).

Esta nova consciência é transitiva, primeiramente simples na interpretação dos problemas, até por vezes emocional e gregária, para depois transformar-se para a democracia, através de uma educação dialógica (9:60).

Falar uma linguagem nova, que não seja a daqueles que estabelecem os fatos, contra a linguagem totalitária do universo monopolizador, parece irracional; entretanto, eis uma função de nova consciência do homem, transformador e criador, fazendo-se ser histórico, descobrindo-se como ser crítico.

Libertando-se de sua unidimensionalidade, superando a atitude de simples ajustamento ou acomodação (9:44), os homens se realizam na palavra, na ação-reflexão (7:92). O silêncio no qual está imerso é uma situação mentirosa, é a ausência contraditória. Seu retorno é reclamado por exigências históricas e biológicas, numa transformação permanente da realidade.

A descoberta da linguagem e consciência opressora deve ser feita na ação reflexa, na práxis (7:56), no meio das contradições entre um ontem "esvaziando-se, mas querendo permanecer e um amanhã por se substanciar, característica de fase de trânsito" para uma realidade não mutilada (9:46), porquanto a verdade está presente na negação do princípio que governa a civilização contemporânea (2:111).

A crítica à sociedade é parte integrante do processo conscientizador. Sem a consciência crítica, é impossível ao homem brasileiro integrar-se à sua sociedade (9:57) reflexão crítica sobre o homem em suas relações com o mundo, pois "consciência e mundo se dão ao mesmo tempo" (Sartre) (7:81).

Entretanto, a crítica se esvazia no vácuo, pela crescente integração da sociedade industrial que perde suas características específicas e tende a se tornar meros termos descritivos ou ilusórios (3:17), no feliz casamento do positivo com o negativo (3:211).

A análise crítica da sociedade unidimensional luta por definir o caráter irracional da racionalidade estabelecida, gerando a sua transformação (3:16). Esta análise não oferece progressa, mas permanece sempre negativa, "leal a aqueles que sem esperança, deram e dão suas vidas à Grande Recusa" (3:235). Ela é social e como tal, histórica, acompanhando e convivendo com o homem na sua luta.

A crítica não necessita de paz: ela é sempre interrogação, tentando libertar o pensamento de sua escravidão pelo universo estabelecido da locução, convertendo os homens em "seres-para-si-mesmo", rompendo o seu silêncio em busca da "possibilidade-não-experimentada".

O analfabetismo "desejado e querido, concorre para este estado de letargia. Alfabetizar é conscientizar, conscientização no trabalho, na práxis, abrindo caminhos.

O homem se faz na história, tomando consciência de sua atividade e do mundo; seu aqui é um espaço físico e um espaço histórico (7:105). A denúncia de uma estrutura desumanizante como fruto da conscientização é uma atitude permanente, pois a revolução é sempre permanente (8:28). Como a negação é em si mesma subversiva, não pode provir de elementos do sistema, mas dos deserdados e degradados, das minorias marginalizadas, como força revolucionária.

Do trabalho alienado à educação libertadora

O trabalho cotidiano de ganhar a vida permite uma satisfação particular quando escolhido por livre opção" (2:88). Entretanto, estamos longe de alcançá-lo. O trabalho que pode alienar, pode também ser instrumento de libertação, libertando por sua vez o próprio opressor (7:22). Como processo alienante, o homem é roubado no seu trabalho comprado (7:38). Enquanto não proprietários de seu trabalho, todas as reformas nas estruturas serão ineficazes. Ora, o trabalho é uma parte da pessoa humana, e a pessoa humana não pode ser vendida nem vender-se. Toda compra e venda do trabalho se constitui um processo de escravidão (7:168).

Apesar das transformações que se sucederam na sociedade, o trabalho escravo continuou. E a consciência oprimida buscava sempre encontrar na vontade de Deus a origem desta desordem organizada (7:53), quando ela era resultado de um processo alienador.

Nesta sociedade cada o trabalhador se torna mercadoria, o trabalho se transforma em sua "desrealização" e o objeto produzido se defronta com o trabalho como ser estranho, tornando-se "coisa".

Se nas condições primitivas, a alienação ainda não se revelava, na civilização industrial, a alienação se completaria pela automação geral do trabalho (5:12). A mecanização, conquanto mantendo a exploração, modifica a atitude e condição do explorado, numa forma de servidão onde a própria consciência dos automatizados também se automatiza (3:42/43). E na sua maior produtividade, o trabalho é usado para perpetuar o domínio e para a restrição e manipulação das necessidades humanas (3:37).

Com o trabalho alienado, a sensibilidade humana está embotada numa prisão difícil de ser rompida.

A alienação do trabalho está quase concluída, anestesiando a humanidade, anestesia que torna os indivíduos "felizes" (2:102).

Pela alienação, os produtos humanos assumiram forma e poder independentes (2:103), alastrando-se para o tempo livre. Todo o mundo do trabalho e sua recreação se tornaram um sistema de coisas animadas e inanimadas, sujeitos à administração, e dentro desta perspectiva, a própria existência humana deixou de possuir em si o princípio do seu movimento para se transformar em mero instrumento do Todo. A alienação, comprando a energia humana, em condições subumanas, traz consigo os revoltantes aspectos de exploração, da escravidão salarial (3:42).

Por sua vez, o trabalho livre provocaria novos surtos de desenvolvimento, como força de promoção do povo, em busca de participação (9:77).

O trabalho, direito de todos os homens, ora negado, tende a renascer. Com a instauração do trabalho

não mais escravo, mas livre, o poder fazer e transformar a natureza a realização do homem (7:96). E realizam-se, realizam o mundo (7:169).

Entretanto, imersos na realidade de opressora, os oprimidos se identificam com seu contexto, cuja "generosidade" exige a sua existência (7:48). Aos opressores interessa manter a alienação, obstaculando a emersão da consciência (7:167).

Sabemos que a superação da alienação somente poderá se basear no rompimento da coisificação: enquanto amortecido por um assistencialismo sem decisões nem responsabilidade, o trabalho continuará passivo e doméstico (9:58), acomodado e mudo, numa experiência antitímico: ática.

A verdadeira satisfação do homem seria sua labuta e sem o domínio do trabalho alienado. A mecanização poderia ser um poderoso instrumento de liberação humana, reduzindo a quantidade e intensidade de energia física consumida (3:42).

O mundo do trabalho pode se tornar a base potencial de uma nova liberdade para o homem (3:25). Em outras palavras, a classe trabalhadora é o sujeito potencial das mudanças, como "negação absoluta" da sociedade existente.

O trabalho é em si mesmo libertário.

A libertação dos oprimidos se inicia na sua consciência frente à praxis: pretender a libertação dos oprimidos sem sua reflexão é transformá-lo em objeto (7:56). A libertação é a humanização em processo, não algo que se deposite nos homens, mas fruto de sua ação e reflexão sobre o mundo (7:77).

Entretanto, o medo da liberdade se instala nos dominados, pois o modelo opressor os invade, impedindo-lhes uma percepção clara de si mesmos enquanto oprimidos (8:57/58).

É característica da alienação o amortecimento do ânimo criador, impulsivo e às imitações (9:54), doutrinando-os e adaptando-os à sua realidade (7:99).

Julgam-se sábios no transmitir e "depositar" valores e conhecimentos, ao dar e oferecer uma educação aos que julgam nada saber (7:67).

Educação é afirmação da liberdade (9:7). É análise da realidade, é discussão criadora, do contrário será uma farsa, uma mentira (9:96).

"Ninguém ignora tudo, ninguém sabe tudo" (9:162). Só o diálogo comunica, pois a educação é reflexiva.

O anti-diálogo é uma relação vertical, acrítica (9:106), alienante e alienadora, é mais som que significado (7:94).

Falta amor a dominantes e dominados, pois amor é compromisso com os homens, ato de coragem, compromisso com sua libertação. Na relação dominante-dominado o que há é a patologia do amor: sadismo nos dominantes, masoquismo nos dominados (7:94).

A educação libertadora é de inspiração histórica, só adquirindo plena significação quando comunga com a luta concreta dos homens por libertar-se (9:9). Neste sentido, o povo nunca é analfabeto.

Ninguém tem liberdade para ser livre, mas luta por ela porque não a tem (7:35). Com a conquista da liberdade, desaparecem o trabalho alienado, a repressão, o autoritarismo, o medo de ser livre. A liberdade, e somente ela, atribui sentido à prática educativa: ela é um modo de ser do homem.

A transformação qualitativa, que somente aos mutilados cabe realizar é uma tarefa histórica.

Os produtos do trabalhador nas fábricas, nas indústrias, nos gabinetes, nas escolas, nos bancos, onde quer que sejam, manipulam e doutrina: criando uma falsa consciência (3:32).

A superação da alienação somente poderá se basear no rompimento da coisificação, quando o trabalhador frente ao trabalho e aos objetos produzidos chegar ao conhecimento de si mesmo, dos outros e do mundo em sua situação histórico-social. Tal reconhecimento está excluído para o senhor, como não trabalhador.

É que os senhores jamais poderão provocar a conscientização para a liberdade.

Os países subdesenvolvidos poderão dar o salto qualitativo, salto

histórica, convertendo a atual tendência, tornando-se o mundo do trabalho a base potencial de uma nova liberdade (3:25).

Enfim, a classe trabalhadora é o sujeito potencial de revolução e o reino da liberdade está no interior do próprio trabalho, e não além dele, sem coações externas ou internas, físicas ou morais, sem repressão da lei ou de necessidades (2:167).

Do consumismo ao poder político

Por que a ciência, em alto grau de desenvolvimento e produtividade e com possibilidade de eliminar a escassez, a miséria e a injustiça, libertando-se dos "senhores" (2:174), continua a eles presa em contradição aos seus objetivos?

Por criada para liberar o homem, vem a ciência se tornando um instrumento de sua não liberdade (3:154)?

É obscena e imoral a produção, exposição e venda de mercadorias, quando suas vítimas estão privadas do necessário. Paradoxalmente, tais mercadorias tornam os indivíduos felizes (3:63)...

A economia de consumo, monopolizadora, forjou no homem uma segunda natureza, contra suas exigências naturais, obrigando-o a consumir, a consumir... tornando-se uma nova necessidade biológica (4:22).

Os eletrodomésticos não têm em si uma função repressiva, mas tornam-se parte integrante da existência dos indivíduos e de sua cotidianidade. Eles são produtos de leis mercantis para proveito do lucro.

Esta manipulação é sádica: é a conversão do homem em coisa, ao animado em inanimado (7:50).

Criticando o consumo mercantil, não se deseja a volta à época pré-galileana, mas uma ciência e um desenvolvimento com uma nova função, veículo de liberação e não de manipulação e destruição a perpetuar a luta pela existência (2:175).

A manipulação é um instrumento de conquista dos setores dominantes, tornada presente através de uma série de fatores, como pacto

entre as classes dominantes e dominadas, pacto que daria a impressão de diálogo; entretanto, no fundo, está bem presente o interesse dos dominadores (7:172).

Contra a manipulação, o caminho é a organização consciente, crítica, rompimento da "cultura do silêncio", protestando, reivindicando, por sua libertação, dizendo sua própria palavra, tomando-a dos que a retêm (7:16).

Ao emergir, o povo tem apenas dois caminhos: continuar manipulada pelas elites ou se organizar.

O poder na história do Brasil sempre criou ajustamento, acomodações, e nunca integração. O nosso homem esteve sempre esmagado por este poder, poder dos senhores de terras, de governadores gerais, de vice-reis, de generais, de governadores e senadores da "nova república" aliados da exploração do trabalhador, a confundir "desenvolvimento" com progresso de alguns (9:74), distribuindo a escassez num mundo de vasta produção de artigos (1:27).

Consumismo imposto produzindo uma falsa liberdade e um poder político centralizador, tornando a servidão aceitável e imperceptível (3:42).

Transformação é confundida com desenvolvimento; para haver desenvolvimento, é necessário que ele seja buscado, criado, com ponto de decisão naqueles que o fazem conscientemente. Por acaso a transformação no interior da semente é desenvolvimento? a transformação? no ser animal é desenvolvimento? o homem como ser inconcluso, histórico, não acabado, é o único que se desenvolve, a partir de sua própria consciência (9:188).

Como pensar em desenvolvimento se os salários estão declinando, se o desemprego e a crise monetária internacional continuam, se a dívida externa é sinônimo de exploração, se o consumo concorre para a acumulação do capital, se a miséria da população é crescente, se o progresso vem criando no homem uma segunda natureza, alienada e alienante?

A trama urdida pela dominação é uma barreira contra as possibilidades dos trabalhadores. Mantendo o monopólio da palavra, a sociedade

do progresso mystifica, massifica e domina (7:16).

A carência é organizada para não distribuir de acordo com as necessidades individuais (2:13). E o poder político está intimamente associado aos setores dominantes da sociedade, impondo valores e necessidades, organizando satisfações, racionalizando desejos, controlando necessidades.

O analfabetismo é uma das formas de marginalização social e política da grande maioria da população (9:13). Entretanto, superar o analfabetismo não é uma tarefa mecânica de ensinar a ler e a escrever (9:94). Alfabetizar é a passagem da consciência ingênua para a consciência crítica no comportamento do homem (9:80), é nova experiência, é inquietude, é mudança constante.

Sem consciência, não há democracia, não há poder democrático.

O poder político, democrático, é conquistado pela consciência do homem organizado, na liberdade. "Preparar a democracia não pode significar apenas preparar para conversão do analfabeto em leitor" (9:22), mas prepará-lo para a crítica, dando-lhe a possibilidade de escolher seu próprio caminho.

Sem fala, sem palavra própria, o povo não encontra a sua finalidade. "O que ele diz se relaciona com o que não diz "e aquilo que quer dizer não pode ser considerado, porque seu universo é feito de contradições manipuladas (3:183).

A própria democracia envolve mudanças, novas experiências (9:90), por isso, contra os provisionadores do "status quo", contra a sua linguagem prescrita e definida, de fatos consumados, fechada em si mesmo, alheia a qualquer crítica e aver-são (3:103), tenta-se inaugurar uma experiência democrática sobre vasta inesperienza de mentalidade feudal e estrutura social econômica colonial (9:79).

A subversão do universo da locução caminhará para as mudanças no poder político, numa alternativa revolucionária refletida na construção de uma nova ordem, capaz não só de produzir, mas de melhor distribuir, capaz de produzir bens diferentes de um modo diferente, dando novas formas as relações humanas (1:18).

A emergência das classes populares leva-as muitas vezes a atitudes agressivas, contra as quais as elites ameaçadas no seu poder, fazem-nas silenciadas com a força ou com ações paternalistas (9:74).

Diante do direito positivo, estabelecido, a serviço do poder dominador, é necessário reconhecer a existência de um direito que lhe é superior, tão antigo quanto a própria civilização: o direito de ser, de realização do homem.

Por isso, a democracia é uma conquista de todos, pela luta; no seu processo histórico, a ser feita com as próprias mãos. Antes de ser uma forma de poder político, ela é uma forma de vida (9:80), onde o homem se realiza, sem exploração, sem oprimidos e opressores, sem senhores nem escravos, acima de toda transformação econômica, mas no acordo de toda a história do homem, na determinação de sua essência, na verdadeira solução do conflito entre homem e natureza, entre homem e homem, entre indivíduo e espécie (5:12).

"Quero aprender a ler e a escrever para deixar de ser sombra dos outros", disse uma analfabeta do Recife (9:113).

Enquanto temem, porque oprimidos, enquanto não assumem, porque assumidos, sua nova consciência, instintiva e crítica, começa a despertar.

A luta na América Latina, nos países pobres e dominados, está animada deste clam subversivo para a libertação e para a construção do seu próprio poder.

Uma saudável violência parece despertar: nas instituições, nas fábricas, no trabalho, nas diversões, nas ruas, nas estradas, no ar. E o povo, liberando-se do poder administrado, da produtividade destruidora, do consumismo voraz, tem no seu fundamento biológico, a transformação do progresso quantitativo em uma qualidade diferente de existência, a um nível onde se tornaria possível por fim à miséria (4:13).

Da violência a revolução

A "humanização do homem" é uma vocação negada na injustiça, na exploração, na violência, mas afir-

...ada nos meios de liberdade, nas lutas dos oprimidos, na recuperação da humanidade roubada (9:30).

A restauração do homem se dará a partir dos condenados da terra. Liberando-se da "consciência do amo", na busca do homem novo. Não há humanização na opressão, nem desumanização na libertação (10:98).

Diante de quantos marginalizados da terra, sofrer menos não é solidarizar-se com a sua opressão, presidiando assistência e lamentando os seus momentos. A solidariedade está em sua transformação, tarefa histórica, fruto de uma ação reflexiva e crítica.

Na "zona do silêncio", junto aos povos do terceiro mundo, está presente uma sociedade dependente, dualista, ambígua: sociedade silenciosa, pois sua voz é quase sempre a voz da metrópole.

A violência dos opressores torna os povos pobres desumanizados, assim como a eles próprios. Os oprimidos são resultado da violência, inaugurada pelos que oprimem, os que exploram, os que apenas se amam (9:45). E aqueles que formam a base da pirâmide social, os pobres e trabalhadores, os pobres e prisioneiros, os deserdados e exilados (3:66), os explorados e perseguidos de raças de cor, os desempregados, sub-empregados e não empregáveis, constituem todos a própria negação da sociedade, oposição de dentro para fora.

A negação é um projeto histórico e sua verdade nasce no conflito (3:208).

A sociedade, tomando consciência, seguirá um outro caminho que lhe permita mais completa realização.

Os trabalhadores de hoje começam a viver a negação do sistema que os esmaga (3:43). Quando eles saem às ruas para reivindicar "os mais primitivos direitos civis, sabem que enfrentam cães, pedras, bombas, luzes e campos de concentração", mas sua força vem do seu próprio Eros massacrado, recusando o jogo e jugo impostos (3:235).

A lembrança do passado começa a recuperar os conteúdos subversivos da memória (3:104), reclamando os seus direitos.

As fendas começam a aparecer e o povo, submerso e silencioso, começa a sair deste estado de aniquila-

mento e alienação, começa a ver o que antes não via, desejoso de liberdade e de superar o silêncio no qual havia permanecido (8:68/69).

Os que estão à margem buscam o "centro". A marginalidade não foi uma opção, nem o analfabetismo, nem a doença, mas resultado da violência dos opressores.

Os famintos da Etiópia, os favelados do Brasil e do Nordeste, os marginalizados do mundo não escolheram este estado: foram levados por uma ordem social injusta, pelas falsas generosidades que se alimentam da morte para viver.

A libertação desse estado parece como uma necessidade vital e biológica (4:72).

A fortaleza quase inexpugnável da economia e dos negócios capitalistas já dá sinais de fraqueza. Há se não uma revolução, pelo menos uma revolta, desafiando regimes e forças dominadoras (4:8).

A rebelião, aqui, ali, acolá, entre os metalúrgicos, bancários, professores ou camaveiros, na propagação de greves, na ocupação das fábricas ou nos protestos de rua revela uma insatisfação contra a totalidade das condições impostas ao indivíduo (1:29).

Contra a violência institucionalizada, surge a violência da resistência. Contra a violência dos opressores, a violência da libertação. Contra a violência da agressão, a violência da defesa da vida (6:49).

Na América Latina, os sucessivos golpes de Estado constituem respostas do poder econômico à emergência popular (8:71).

A política da dominação começa a se romper.

O processo de mudança nasce dos deserdados e marginalizados, tem de ser feito por eles, passando do estado de objeto para o estado de sujeito, esperando a contradição em que se acham e fazendo-se "seres-para-se" (7:189).

A verdadeira revolução tem de inaugurar o diálogo, onde as massas deixam de ser "depósitos" intransitivos; negar o diálogo é negar o próprio povo, é temê-lo. A revolução nasce e se alimenta do diálogo, enquanto o golpe militar se "legitima" do engodo e da força (7:148).

Reconstruir a nova sensibilidade e uma nova razão é a própria exploração do Eros reprimido, derribando os seus opressores.

Condições objetivas para a revolução já existem. As condições subjetivas carecem de organização e diálogo, de consciência crítica e revolucionária (1:16). Embora assumindo funções estabilizadoras e conservadoras, a classe trabalhadora não perdeu seu papel histórico, como agente desta saudável violência.

Trata-se de uma violência revolucionária que contém em si a sua superação numa sociedade livre, contra a violência de "terno branco", existente para si mesma (6:69). A primeira é criadora de vida, a segunda, vive de sua morte. A primeira é radical, e por isso amorosa, a segunda é sectária, acrílica, emocional (9:51). A primeira é um gesto de amor, a segunda é violência.

A memória e sensibilidade esmagadas ressurgem; recordando o terror, relembram a vida na esperança (3:104).

Para os representantes da "sociedade fechada", os que buscam humanizar, os que tentam democratizar, os não violentos, são todos "subversivos" porque ameaçam a "ordem" (dces).

Quem inaugurou o terror? a tirania? quem inventou a fome? quem iniciou o ódio? quem marginalizou povos, nações e classes? quem negou a humanidade aos homens, tornando-os objeto de domínio?

Conclusão

Aquilo que é não pode ser verdade.

As coisas dadas devem ser transformadas para tornarem-se o que verdadeiramente são, ou seja, é necessário negar o real para conquistar a verdade.

A dialética não necessita de paz.

Nos "depósitos" se encontram as contradições, e nas contradições o povo se descobre a si mesmo e a sua realidade (7:70).

O compromisso histórico das minorias e dos povos oprimidos e subdesenvolvidos é superar esta situação-limite, rompendo o poder da realidade estabelecida e lutando por mudanças (3:128).

O povo brasileiro, na sua desigualdade histórica, tem mostrado alguns claros de liberdade: a conspiração dos alfaiates na Bahia, a confederação do Equador, a Cabanagem, no Pará, a Revolução Praieira em Pernambuco, os movimentos de organização Sindical dos trabalhadores.... contra tantas noites negras de arbítrio, sufocando liberdades, torturando, assassinando, controlando....

O imperialismo continua presente: os Estados Unidos atacam a Líbia, matam inocentes e em nome da paz, promovem a guerra.

A "Nova República", em nome do liberalismo econômico, moderniza o capitalismo, estabelece um salário-mínimo que não atende as necessidades da maioria dos brasileiros, tergiversa com o Fundo Monetário Internacional, não revoga as leis de exceção.... é como se dissesse: façamos as reformas antes que eles façam a revolução.

Os povos do Chile, Nicarágua, Brasil, Paraguai, Cuba e Venezuela estão sufocados por força de governos ditatoriais, de ordens diversas... apesar de formas diversas de vida...

...O que deve prevalecer? o direito de pensar ou de alimentar-se?

Os "assassinos brancos" da África do Sul continuam impunes diante das nações....

"Chegará um dia em que nosso silêncio no túmulo será mais clamoroso que nossas vozes", afirmou August Spies, pouco antes de ser morto em 11 de novembro de 1887. É que a "pedagogia da liberdade traz o germe da revolta", ensinou Paulo Freire (9:11), reagindo à violência dos que pretendem impor o silêncio (9:50).

São milhares os que estão proibidos de "ser" (7:205).

Mas estes milhares escondem na força negadora a transformação qualitativa, rompendo e levando a

uma nova etapa as contradições existentes (5:162).

"Somente a mudança qualitativa é mudança, e a nova qualidade de vida é a única que pode acabar com uma longa série de sociedades exploradoras" (1:39).

Então, a liberdade deixará de ser teimada, a mistificação será desmascarada, o trabalho realizará o homem, o homem abstrato será negado, o mundo será pronunciado por todos. Os oprimidos libertarão os opressores, libertando-os a si mesmos. Deixaremos de ser "a sombra dos outros".

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

01. MARCUSE, Herbert - *Contra Revolução e Revolta*. Rio de Janeiro, Zahar, 1973.
02. *Éros e Civilização*. 4.ª ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1975. 232 p.
03. *Ideologia da Sociedade Industrial*. 4.ª ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1973. 237 p.
04. *Vers la libération*. Paris, Les Éditions de Minuit, 1969. 313 p.
05. *Idéias sobre uma Teoria Crítica da Sociedade*. 2.ª ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1981, 165 p.

06. - *"Razão e Revolução"* 2.ª ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1978, 410 p.
07. - FREIRE, Paulo - *Pedagogia do Oprimido* 6.ª ed. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1979.
08. *Conscientização*. 4.ª ed. São Paulo, Ed. Moraes, 1980, 102 p.
09. *Educação como Prática da Liberdade*. Rio de Janeiro, s.ed. s.d. 150 p.
10. *Ação Cultural para a liberdade*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1976, 146 p.

Cooperativa Cultural - UFRN



A maior variedade em
livros de Ciências, Artes
e Tecnologia

15% DE DESCONTO AOS SÓCIOS

Aberta ao público das 8 às 21 horas

**Centro de Convivência — Campus da UFRN
Telefones 231-1313 e 231-1266 — Ramal 223**

Reg: 38

nº 1/v.