

MACUNAÍMA E CRISTO REDENTOR: CONSTRUÇÕES NARRATIVAS DO MITO NO IMAGINÁRIO BRASILEIRO

Macunaíma and Christ the Redeemer: narrative constructions of the myth in the Brazilian imaginary

Macunaíma y Cristo Redentor: construcciones narrativas del mito en el imaginario brasileño

Leandro Bertoletti¹

Leandro Bessa²

Resumo: O presente artigo discute elementos do imaginário e cultura brasileira os quais potencializam uma narrativa mítica em dois símbolos nacionais, o Macunaíma, de Mário de Andrade, e a imagem do Cristo Redentor. Sob a perspectiva da teoria do imaginário, estudamos o aspecto mitogênico nas duas obras. A partir das aparições desses símbolos na cultura, na política e na mídia, constataram-se associações idealizadas com a estátua, e de estigma, com o personagem literário.

Palavras-chave: Imaginário. Mito. Cristo Redentor. Macunaíma. Narrativa midiática.

Abstract: This article discusses elements of the Brazilian imaginary and culture which potentiate a mythical narrative in two national symbols, the Macunaíma, by Mário de Andrade, and the image of the Christ the Redeemer. From the perspective of the Theory of the Imaginary, we studied the mitogenic aspect in both works. By observing the appearances of these symbols in culture, politics, and the media, we have found associations of idealization with the statue and stigmatism with the literary character.

Keywords: Imaginary. Myth. Christ the Redeemer. Macunaíma. Media narrative.

Resumen: Este artículo discute elementos del imaginario y la cultura brasileños que potencian una narrativa mítica en dos símbolos nacionales, la Macunaíma, de Mário de Andrade, y la imagen de Cristo Redentor. Desde la perspectiva de la teoría de lo imaginario, estudiamos el aspecto mitogénico en ambos trabajos. A partir de las apariciones de estos símbolos en la cultura, la política y los medios de comunicación, se encontraron asociaciones idealizadas con la estatua y estigma con el personaje literario.

Palabras clave: Imaginario. Mito. Cristo Redentor. Macunaíma. Narrativa mediática.

¹ Mestre em Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB), DF, Brasil. leandrobetoletti@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0001-8597-1225>.

² Doutor em Comunicação. Professor no Mestrado Inovação em Comunicação e Economia Criativa da Universidade Católica de Brasília (UCB), DF, Brasil. lbessa.arte@gmail.com | <https://orcid.org/0000-0003-4869-5887>.

Artigo submetido em: maio/2022. Aprovado em: junho/2022

Esferas, ano 12, vol. 2, nº 24, maio-agosto de 2022.

ISSN 2446-6190

Introdução

Personagem símbolo do modernismo literário brasileiro, a obra “Macunaíma, o herói sem nenhum caráter” de Mário de Andrade (1893-1945) foi publicada em 1928, três anos antes da inauguração de outro símbolo nacional, o Cristo Redentor, erguido sobre o Corcovado na cidade do Rio de Janeiro. Embora ambos tipifiquem formas de heróis no imaginário brasileiro e sejam também figuras contemporâneas do modernismo, simbolizam perspectivas culturais e ideológicas diametralmente opostas. Contudo, há quase um século, seguem relevantes e perpassam a extensão de nossa brasilidade³, provocando sentimentos, revelando nossos mitos e aspectos de nossa identidade nacional, verdadeiros arcabouços norteadores para a criação de novas narrativas ideológicas, políticas e midiáticas. Para analisar esses dois símbolos nacionais, dialogamos com a perspectiva do imaginário, sobretudo conforme observado em Jung (2002) e em Durand (2012), e em Eliade (1994) para estudarmos a presença do mito nas duas obras.

Nossa investigação levanta a seguinte questão: que elementos arquetípicos do imaginário mantêm vivo os mitos na construção simbólica do Macunaíma e do Cristo Redentor? E, a partir dessa relação, que estuda as aparições desses dois símbolos brasileiros na cultura, na religião, na política e entre outros âmbitos, de que maneira podemos compreender esses arquétipos na construção de narrativas midiáticas? Esse percurso foi explorado a partir de duas perspectivas fundamentais. A primeira delas é o fato de o Macunaíma e a imagem do Cristo Redentor remeterem a ideias de apelo coletivo e universal, ao que Jung (2002, p. 16) chamou de arquétipo

³ Segundo Damatta (1998, p. 6), a palavra “brasilidade” engloba características fundamentais à nossa identidade compartilhada enquanto povo, ideia está distante de um conceito institucional prescrito ou relacionado a fatos históricos. Para ele, essa brasilidade seria “um estilo, uma maneira particular de construir e perceber a realidade”.

primordial. No caso da estátua, representa também um ícone no âmbito religioso de ampla aceitação da coletividade brasileira⁴ e, no personagem literário, a própria síntese dialética da “malandragem” (Sousa, 1993), exaltada na cultura nacional como aspecto de uma brasilidade mestiça, associada ao carnaval e ao “jeitinho”⁵. A segunda perspectiva aborda o apelo coletivo e a construção desses símbolos em âmbito social mais abrangente, base sobre a qual se torna possível a construção de novas narrativas. E, finalmente, fazemos uma breve leitura das aparições de ambas as obras nas mídias sociais e suas conseqüentes repercussões associativas à idealização e ao estigma.

Nossa compreensão do imaginário acompanha a perspectiva de um campo teórico e metodológico articulado por conectores culturais, um mundo interior onde estão armazenadas informações dos indivíduos em comunidade, um acervo de experiências e ideias – verdadeiro capital humano por onde se dá as ordenações de mundo. Conforme descreve Maffesoli (2012, p. 105): “céu das ideias que, de uma forma um pouco misteriosa, garante a coesão do conjunto social”. Para o sociólogo francês o imaginário tem sempre algo de imponderável, que se formula pelo estado de espírito que caracteriza um povo, não se tratando de algo “simplesmente racional, sociológico ou psicológico, pois carrega [...] um certo mistério da criação ou da transfiguração” (2001, p. 75). Nosso percurso segue do mito aos sentidos contidos no símbolo, na tentativa de uma compreensão do personagem Macunaíma e da imagem do Cristo Redentor, percorremos o trajeto proposto por Durand (1988), no qual o mito é sempre uma presença semântica, e por

⁴ De acordo com o último censo sobre representatividade religiosa no Brasil, realizado em 2010 pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 64,6% da população se declara adepta do catolicismo. Somando-se aos evangélicos e outros grupos derivados, essa porcentagem chega a quase 90% de cristãos no Brasil. IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <www2.ibge.gov.br>. Acesso em: 29 de mar. de 2022.

⁵ Para Damatta (1998, p. 66), “jeitinho” seria uma abordagem do brasileiro, um modo ou estilo com a finalidade de realizar alguma atividade. Seriam, na interpretação nacional, tipos de arranjos sociais para operar em um sistema legal e resolver problemas.

Eliade (1994, p. 13), para quem o mito possui uma narrativa verossímil e que relaciona “os acontecimentos primordiais em consequência dos quais o homem se converteu no que é hoje”.

Embora figurem como antíteses no âmbito cultural e ideológico, os símbolos aqui estudados compartilham o heroísmo arquetípico em uma perspectiva primordial. Neste estudo, a relevância na análise desses dois símbolos nacionais, sobretudo sob a perspectiva do imaginário, sustenta-se pela necessidade de produção de uma narrativa que se formule e componha a ideia de “identidade” e “nação”⁶. Dessa forma, propomos uma investigação como forma de acessar o imaginário brasileiro e suas consequentes repercussões narrativas encontradas no discurso midiático para entender de que maneira os mitos reaparecem em símbolos comuns (no sentido partilhado e comunitário) de um país, e articulam-se em linguagem, narrativa e estética, de modo a compor o imaginário discursivo.

Ideia de símbolo

Os símbolos como representação de ideias, conceitos ou instrumento de compartilhamento do conhecimento, são utilizados pelas sociedades e civilizações há milhares de anos. Esse processo de transmissão de ideias manifestava-se em diferentes culturas, distantes geograficamente e em um longo processo de intensa atividade das representações simbólicas. Ainda assim, aprouve ao estudo da história tradicional desconsiderar tanto o processo como suas diversas matizes e desdobramentos espalhados pelas inúmeras

⁶ Segundo Anderson (1991, p. 6-7), nação é “uma comunidade política imaginada – e imaginada como sendo inerentemente limitada e soberana”. Para ele, esse é um conceito imaginado uma vez que os membros de uma nação não se conhecem mutuamente, mas se reúnem em torno de uma imagem de sua comunhão. Além disso, esse é um conceito construído em perspectiva de comunidade, porque, para ele, a nação é sempre “concebida como um profundo companheirismo horizontal”.

manifestações culturais ao redor do mundo e de maneira não datada. Contudo, nosso percurso histórico se propõe a abordar as aparições dos símbolos de maneira anacrônica em um âmbito primordial, o que se alinha ao pensamento de Foucault (1986, p. 8), para quem a tradição clássica da história ocupava-se de acontecimentos que deixariam lacunas ou “fenômenos de rupturas”, por não atentar aos aspectos ligados a processos de descontinuidade em diferentes sociedades e agrupamentos humanos. A própria perspectiva etimológica da palavra “símbolo” pressupõe sua abrangência social. Durand (1988, p. 16) nos lembra que “símbolo, de origem grega (*sumbolon*), como em hebraico (*masha*) ou em alemão (*sinnbild*), é um termo que implica sempre a união de duas metades”, de tal modo que o encontro dessas partes necessita da perspectiva humana como elo e trajeto para a constituição do sentido.

Esse processo interpretativo dos símbolos sugere, como regra, um conhecimento primário de apelo coletivo, chamado por Jung (2002, p. 16) de arquétipo, e que é compartilhado universalmente independentemente das influências culturais, temporais e geográficas. Para o psicanalista suíço, esses arquétipos remontam a uma época em que os homens não pensavam, mas percebiam (*ibid*, p. 43). A ideia de símbolo também sugere a ideia de que a um ser, objeto ou imagem pode ser atribuído mais de um significado, a depender da influência determinada de uma cultura, podendo apresentar, inclusive, um valor místico. Ainda sob a perspectiva junguiana, a ideia de símbolo não possui um significado restrito, mas possibilita uma interpretação mais abrangente.

Devido à diversidade semântica no emprego da palavra “símbolo”, torna-se necessário uma desambiguação de seu uso prescrito, como imposição estatal, e orgânico, associado a uma noção de identidade nacional. A Constituição Federal (Brasil, 1988) em seu 13º Artigo prescreve

que “são símbolos da República Federativa do Brasil a bandeira, o hino, as armas e o selo nacionais”. Estes elementos enquadram-se na condição de símbolo enquanto representações prescritivas, mas obviamente não figuram no imaginário coletivo de maneira espontânea. Nossa abordagem envolve uma construção social que dialoga com influências culturais, religiosas e políticas. Símbolos estes que contam com o apelo emocional no âmbito da sociedade, fenômeno que Maffesoli (1998, p. 14) chama de “tribalismo” ou “comunidade emocional”, segundo sua perspectiva de socialidade. Essa prevalência dos valores comunitários sobre os individuais, que se baseia no imaginário coletivo, advém a partir de uma construção que permite a uma sociedade compartilhar valores afetivos que sejam caros à maioria, sejam aspirações, dores ou a crença religiosa, ou mesmo, uma ideia compartilhada de símbolo.

Mitos e perspectivas do imaginário

Embora o Macunaíma e o Cristo Redentor, à superfície, comuniquem aspectos distintos da cultura e da ideologia brasileira, em âmbito arquetípico, se aproximam em características compartilhadas como na construção fantástica do mito ou na simbologia do herói. Macunaíma simboliza a antífrase da “potência do pequeno”, conforme descreve Durand (2012, p. 277) ao abordar o Regime Noturno do imaginário, no qual o menor e considerado incapaz alcança seu objetivo final valendo-se de atributos como a esperteza, inteligência ou capacidades fantásticas. Essa força dos fracos, ou “revolução pelos humildes” (*ibid*, p. 277) também pode ser observada nas histórias em que a “personagem caritativa e benfazeja que certos contos assimilam a Deus, a S. João ou à Virgem é na maior parte dos casos o irmão ou a irmã mais nova” (*ibid*, p. 212). Igualmente, essa narrativa pode ser encontrada em diversas fábulas e narrativas religiosas, como

na história do Pequeno Polegar, ou na Odisseia de Homero (2003), quando Ulisses engana Polifemo, o gigante Ciclope, filho de Poseidon, também no Antigo Testamento conforme visto em Davi, o menor de sua casa, mas que derrota o gigante Golias e se torna rei de Israel. Conforme descreve Durand (2012, p. 212-213):

É o que mostra o papel do anão Bés na mitologia egípcia, que sob esta forma panteica é um Hórus itifálico em miniatura. Esta gulliverização é, portanto, uma minimização inversora da potência viril. Há uma potência do pequeno que faz com que o próprio Vishnu seja algumas vezes chamado ‘o anão’, enquanto as Upanixades dão o atributo de ‘alto como um polegar’ a Purusha, ‘presença de Deus em nós’.

A trajetória de Macunaíma também pode ser entendida em seu apelo universal, característica peculiar dentro do movimento modernista. Ao mesclar elementos da cultura originária brasileira, de matriz africana e europeia, Mário de Andrade compôs um personagem facilmente identificável ao país em seu processo de formação e, portanto, “sem nenhum caráter” estabelecido. Ainda mais, seu anti-herói torna-se relacionável ao leitor por protagonizar várias das etapas míticas da jornada do herói, conforme a sistemática proposta por Campbell (2007). A partir de cenários tipicamente brasileiros, o personagem surge de uma realidade comum para se aventurar em jornada mítica que poderia descrever diversas outras histórias. Para Campbell (2007, p. 36), a composição do herói mítico deve levá-lo a se lançar “numa região de prodígios sobrenaturais”, onde “encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva”, retornando de “sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios aos seus semelhantes”. Em sua história, o Macunaíma encerra sua jornada épica subindo ao firmamento e assumindo forma de

estrela: “Quem que podia saber do herói? Agora os manos virados na sombra leprosa eram a segunda cabeça do Pai do Urubu e Macunaíma era a constelação da Ursa Maior” (Andrade, 1978, p.182). E foi lá no alto, nos céus da nossa imaginação, na mesma dimensão mística de altura compartilhada com outro herói de nosso panteão, o Cristo Redentor, que o Macunaíma foi imortalizado.

Desde os tempos mais remotos, lugares elevados estavam associados a práticas e rituais que buscavam a transcendência. Subir ao cume é a própria busca pela elevação, é estar próximo aos céus e a sua simbologia mística. Igual percepção é observada na religiosidade dos gregos antigos, na qual imaginava-se o lugar mais alto do Monte Olimpo como a habitação de seus deuses. Lá do alto, envolto por constantes nuvens, supunha-se que Zeus, o deus dos céus, regia e protegia a humanidade. Conforme apontou Bulfinch (2022, p. 9), “a morada dos deuses era o cume do Monte Olimpo [...] Uma porta de nuvem, da qual tomavam conta as deusas chamadas Estações, abria-se a fim de permitir a passagem dos imortais para a Terra e para dar-lhes entrada, em seu regresso”.

Tanto a simbologia do Macunaíma, figurando entre constelações, como a imagem do Cristo Redentor, no alto do morro, se torna, por associação, uma lembrança de um sentimento compartilhado coletivamente. Ambas as imagens sugerem a percepção da altura mística, representação da luz arquetípica, uma ideia percebida frequentemente na simbologia bíblica, a qual encontra nos montes os locais preferenciais para suas teofanias, como nas descrições das passagens pelos montes Carmelo, Sinai e Horebe. Conforme a oração do salmista: “[...] elevo os meus olhos para os montes; de onde me vem o socorro? O meu socorro vem do Senhor” (Bíblia, 2001. In: Salmos 121:1,2). Percepção que se manteve viva no imaginário popular da tradição

cristã medieval, conforme observada na “Divina Comédia” de Dante Alighieri (1979) ao lugar mais alto do Paraíso ou em “Assim falava Zaratustra” de Nietzsche (2009, p. 8), onde o filósofo alemão narra a trajetória de seu protagonista que, antes de iniciar sua missão, sobe ao alto do monte em busca de iluminação mística: “Aos trinta anos apartou-se Zaratustra da sua pátria e do lago da sua pátria, e foi-se até a montanha. Durante dez anos gozou por lá do seu espírito e da soledade sem se cansar”.

Outro importante paralelismo às aparições míticas do divino nas alturas pode ser observado na crença da própria figura de “Makunaima” enquanto personagem místico da mitologia indígena do norte do Brasil, sobretudo na área fronteira com Venezuela e Guiana, e que inspirou Mário de Andrade na composição de seu protagonista. Para os indígenas daquela região, a morada de Makunaima seria no alto do Monte Roraima. Conforme descreveu Grünberg (2006, p. 126), que percorreu a região e identificou esse mito:

Muitas de suas canções e muitos dos seus mitos têm relação com esse monte majestoso. Para eles o Roraima é o berço da humanidade e aqui, o herói de sua tribo, viveu com seus irmãos. Aqui, em sua loucura e cobiça, ele derrubou a árvore do mundo, que dava todos os frutos bons. [...] rochedo Roraima é o cepo que ficou de pé.

De acordo com Damatta (1998, p. 73), o brasileiro concebe o espaço de sua prática religiosa de maneira verticalizada. Em uma linha ascensional imaginária, essa relação entre “céu” e “terra”, e “alto” e “baixo”, seria uma realidade predominante na liturgia popular: “o ‘alto’, conforme sabemos muito bem, é tudo que é superior, tudo que deve ser mais nobre e mais forte,

tudo que tem mais poder”, e um uma relação que delimita as relações entre cidadão-Estado e terreno-divino. Enquanto as alturas estão destinadas aos “anjos, os santos e todas as entidades que nos podem proteger e guiar os destinos. O ‘baixo’ é a terra em que vivemos: vale de lágrimas onde sofremos, trabalhamos e finalmente morremos” (*ibid*, p. 73). Nesse sentido, a idealização e associação mística com a estátua do Cristo Redentor torna-se imediata. Entronizado sobre o Corcovado, a figura remeteria ao conceito cosmogônico primordial de ascensão do soberano. Ao discorrer sobre a ritualística no mito da entronização, Eliade (1994, p. 32) explica que essa liturgia era uma simbologia repetida e que remete à formação do corpo divino, onde o rei, ao receber a unção, “permanece de pé sobre o trono, com os braços erguidos (...) tocando o céu”.

Erguido sobre o ponto mais alto da cidade do Rio de Janeiro, na mesma perspectiva de céu místico da célebre “Oração do Pai Nosso”, que “está no céu”, em entendimento teológico dogmatizado desde o ano 325 d. C. com o Credo de Nicéia. Trata-se de uma retratação de “Cristo”, do latim *christus* e do grego *christós*, que significa “o ungido”, vocábulo com aproximação semântica para “messias” no hebraico, e que serviria para predizer a aparição de um grande líder, com grande capacidade de enfrentamento e libertação no sentido bélico, o qual libertaria Israel de seus opressores. Para Durand (2012, p. 161), essa concepção belicosa de messias faz parte de vocação heróica, quando afirma que “a arma de que o herói se encontra munido é, assim, ao mesmo tempo símbolo de potência e de pureza”. Dessa forma, o combate se cerca mitologicamente de um caráter espiritual, ou mesmo intelectual, porque “as armas simbolizam a força de espiritualização e de sublimação” (*ibid*, p. 161). Segundo a tradição cristã, Jesus (*Yeshua*, do hebraico, “Deus salva” ou “salvador), nascido em Nazaré da Galileia, seria esse “ungido” enviado. Para o Cristianismo, o aspecto belicoso aguardado, seria, na verdade,

uma metáfora de sua luta contra a concupiscência e o pecado da humanidade. Para os cristãos, é Cristo quem redime o homem, é ele, portanto, o seu redentor.



Fig. 01 – The Economist: “A década sombria do Brasil”, 2021.

Fonte: Imagem de capa disponível no Twitter de 03 de junho de 2021 e no site da revista britânica The Economist.⁷

Pelas características de sua construção narrativa, a qual remonta desde a colonização do Brasil e compreende um determinismo hegemônico, a imagem do Cristo Redentor vem sendo utilizada por meios de comunicação nacionais e estrangeiros como uma síntese representativa

⁷ Disponível em: <https://twitter.com/theeconomist/status/1400470142342008834>, acesso em: 15 de junho de 2022.

do próprio país, o que pôde ser observado nas imagens veiculadas nas campanhas do país para sediar a Copa do Mundo de Futebol (2014) e os Jogos Olímpicos do Rio de Janeiro (2016) ou, por exemplo, na revista norte-americana *The Economist* (Fig. 01), que nos últimos anos vem usando a imagem do Cristo como substituição representativa para o próprio Brasil, conforme podemos ver na imagem abaixo.

Concomitantemente, essa idealização por elevação evidencia outras simbologias, como o concreto armado sobre a montanha como marca da própria dominação do homem sobre a natureza, uma lembrança da presença do Estado sobre os nativos e, sobretudo, uma reminiscência da imposição religiosa aos colonizados, em um processo que Mignolo (2000, p. 22) chamou de colonialidade. Em flagrante ironia, o principal cartão-postal do Brasil no exterior é uma retratação de um judeu de aparência caucasiana que foi produzido na Europa pelo escultor francês Paul Landowski⁸, adornado com milhares de pastilhas de pedra-sabão, e que sob o intenso sol carioca reluz sua brancura em uma disposição corporal voltada para a área mais nobre da cidade, a Zona Sul.

Em lado oposto e imerso no mesmo imaginário brasileiro temos a figura do Macunaíma. Costumeiramente associado a um anti-heroísmo dentro do universo do modernismo nacional, representava em seu tempo um “canibalismo cultural”, proposto inicialmente pelo movimento antropofágico de 1922. De acordo com Bosi (1998, p. 177), o surgimento do personagem de Mário de Andrade foi na verdade “o resultado de um período fecundo de estudos e de dúvidas sobre a cultura brasileira”. Em uma proposta decolonial e de apropriação dos elementos do

⁸ Paul Landowski nasceu em Paris (1875-1961) e por mais de 50 anos atuou como pintor, gravurista e escultor. Produziu mais de 35 monumentos na capital francesa, como a imagem de Santa Genoveva, na ponte de la Tournelle. Foi autor de três alegorias em pedra que compõem a fachada do Palácio Piratini, em Porto Alegre (RS), além do projeto que elaborou a cabeça e as mãos da estátua do Cristo Redentor.

folclore e cultura indígenas, surgiu um personagem “capenga”, “feio” e “retinto”, em uma construção estética que propositalmente se opunha aos padrões da estética clássica. Para Platão, esse padrão seria uma representação simétrica e coerente que atribui harmonia ao conjunto estético, ideia esta reafirmada por Aristóteles (XIII, 3, 1078b, 35), quem descreveu em sua *Metafísica* que “as supremas formas do belo são: a ordem, a simetria e o definido”.

Em certo sentido, o Macunaíma e o Cristo Redentor são antitéticos em estética e narrativa. Embora contemporâneos, ambos sintetizariam uma perspectiva oposta, sendo norte-sul, no caso da estátua, e sul-norte, no caso do personagem. Frequentemente, percebe-se a associação do monumento carioca à idealização estética, sobretudo no período anterior à redemocratização do Brasil, conforme observado nas composições como “Corcovado”, do álbum de Bossa Nova “Chega de Saudade” (1959), de João Gilberto, ou no “Samba do avião” (1962), de Tom Jobim. Como uma espécie de sombra na abordagem junguiana, considerando-se o Brasil em sua identidade nacional, o Macunaíma surge em um contraste que desconstrói a idealização. Para Jung (2002, p. 277), a figura da sombra “personifica tudo o que o sujeito não reconhece em si e sempre o importuna, direta ou indiretamente, como por exemplo traços inferiores de caráter e outras tendências incompatíveis”.

Novas narrativas

Olhar de baixo para cima, ou de cima para baixo. Olhar de fora para dentro, ou de dentro para fora. O estudo analítico da fotografia e do cinema nos indica que a percepção do observador muda de acordo com diversos artifícios, como o enquadramento, a perspectiva, o foco, a luz ou as cores. O Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, está sempre em posição de câmera

baixa ou *contra-plongée* para seus observadores. Os transeuntes da capital carioca e a grande maioria das imagens da estátua retratam suas aparições em uma posição que na linguagem da fotografia pode ser utilizada intencionalmente como recurso com a finalidade de engrandecer ou atribuir poder a um personagem e, no caso do Cristo Redentor, no alto do morro, esta é a sua posição natural. Segundo Mazzoleni (2005, p. 32), a perspectiva do *contra-plongée* “passa a ideia de superioridade, de poder e exaltação, fazendo com que os personagens se tornem magníficos. O modo como o personagem se encontra enquadrado na moldura-quadro dita muito da capacidade de projeção do mesmo”. Essa perspectiva de câmera baixa nos transmite uma sensação de imponência, grandiosidade e superioridade do observado em relação ao observador. O entendimento desse ponto de vista, aspecto fundamental no estudo da narrativa fotográfica e fílmica, aqui, têm-se como fator reforçador à percepção do Cristo Redentor em sua simbologia idealizada e mística.

Construções narrativas que se associam a esse aspecto ascensional remeterão, conseqüentemente, à grandiosidade, à idealização, ao heroísmo, ou mesmo às noções de divino. Aliado a isso, o Cristo Redentor simboliza o arquétipo primordial do herói junguiano na medida em que reúne as experiências individuais de enfrentamentos, adversidades e a própria capacidade de suportar a realidade externa. Em um país de ampla maioria cristã, essa identificação mística torna-se elemento fundamental no processo imaginário, conforme observa Jung (2002, p. 132), quando afirma ser “importante a identificação com o deus ou herói (...) Muitas cerimônias de culto têm por finalidade criar essa identificação”. Segundo Eliade (1994, p. 119), “a experiência religiosa do cristão baseia-se na imitação de Cristo como modelo exemplar, na repetição litúrgica da vida, morte e ressurreição do Senhor (...) e se encerra na ascensão”. A observação da estátua, ainda que distante, tem o potencial de tornar-se um ritual místico de

elevação por identificação. Tal qual Ícaro deixando Creta, o observador do Cristo Redentor intimamente alça voo junto à estátua para local seguro, distante do caos carioca.

Campanhas publicitárias, roteiristas, escritores e as narrativas no âmbito político constantemente se valem dessas percepções do imaginário e aplicam conceitos do mito para provocar aceitação e engajamento em seu público-alvo. No início dos anos 1990, a marca de energéticos Red Bull deu início a campanha “red bull te dá asas”. Com o uso de arquétipos ascensionais a publicidade associava a ingestão da bebida com capacidades fantásticas como potência, força e voo. Para Durand (2012, p. 134), os anseios humanos pelo voo remetem aos desejos de ascensão mística, idealização resultante das representações angelicais aladas: “o arquétipo profundo das fantasias do voo não é o pássaro animal, mas o anjo, e que toda a elevação é isomórfica de uma purificação porque é essencialmente angélica”. Aos poucos, a marca passou a patrocinar esportes radicais, grande parte deles praticados nas alturas. Entre os anos de 1996 e 2006 foram vendidas 300 milhões de latas de Red Bull⁹. Estabeleceu-se dessa forma uma associação da marca com o mito e que se mantém consolidada no imaginário do consumidor.

Uma outra narrativa ascensional presente no imaginário brasileiro encontra-se na composição do quadro “A primeira missa” (1861), de Victor Meirelles. Financiada pelo mecenato de D. Pedro II, a obra de Meirelles foi fiel à romantização dos indígenas em uma perspectiva europeia (norte-sul), a qual retratou um cenário paradisíaco onde os nativos, retratados com pele mais clara, observavam em completa submissão e interesse os seus heróicos colonizadores,

⁹ Disponível em: <<https://startuptalky.com/redbulls-marketing-campaign/#:~:text=The%20analysis%20of%20Red%20Bulls%20marketing%20campaigns,-Earlier%20Campaigns&text=Red%20Bull%20first%20gained%20a,the%20years%201996%20to%202006>>. Acesso em: 05/04/2022.

sem qualquer referência à violência no processo da colonização. Infere-se desse quadro que ali, com a primeira missa celebrada, a cruz erguida e os primeiros europeus presentes, o país tinha então finalmente um começo oficial. Estão implícitas na pintura a altura mística e o colonialismo. Contudo, em termos de imponência imagética, provavelmente o caso recente mais notório seja a montagem da mais alta estátua do Brasil: a Estátua da Liberdade da marca Havan, em Barra Velha (ES). Com 57 metros de altura, a réplica do monumento norte-americano é quase 20 metros mais alta que o Cristo Redentor. Durand (2012, p. 159) argumenta que as tentativas de representações antropomórficas em escalas aumentadas, ao que ele chama de “gigantização”, simbolizam os anseios por imortalidade, sobretudo na busca por derrotar a morte e o tempo (Tânatos e Cronos).

A perspectiva do alto místico também se encontra presente na retórica discursiva ideológica. Com o *slogan* “Brasil acima de tudo, Deus acima de todos”, o então candidato à presidência do Brasil, Jair Messias Bolsonaro, propunha, em 2018, um percurso mítico que o identificava à narrativa da altura mística e dos valores de Estado. Homem branco e de formação militar, sua trajetória discursiva se adequava à figura heroica belicista que se propunha ao enfrentamento. Para Durand (2012, p. 320), o herói se consolida na medida em que derrota a “esfinge”, a “serpente” e o “dragão”, curiosamente figuras metafóricas presentes na Bíblia como simbologias para “mal” ou “diabo”. Contudo, somente após esse enfrentamento poderá conquistar a imortalidade, “tendo assim, um lugar simbolicamente positivo no mito do herói vencedor da morte”. Ainda durante sua campanha, Bolsonaro sofreu atentado após ser esfaqueado em um comício. Para seus apoiadores, sua recuperação foi tida como um novo nascimento. Para Jung (2002, p. 80): “o duplo nascimento corresponde àquele tema mitológico

do herói, o qual considera que este descende de pais divinos e humanos. O tema desempenha um papel significativo nos mistérios e religiões, como o motivo do batismo ou do renascimento”.

A identificação narrativa do governo Bolsonaro com aspectos arquetípicos ascensionais fica evidente também em imagens e retóricas que o mantém alinhado ao messias mítico. Observa-se nos gestos característicos pró-armamentista, em aparições montado a cavalo, junto a maquinaria bélica, mas sobretudo na retórica do divino, combatente do “mal”. Segundo Jung (2002, p. 168), “o ato principal do herói é vencer o monstro da escuridão: a vitória esperada da consciência sobre o inconsciente”, para quem “luz” é sinônimo de consciência, e “noite”, do inconsciente. Em “Deus acima de todos”, têm-se tanto a imagem primordial do divino como arquétipo para “luz” e a consequente tomada de consciência, como uma escolha teológica eurocêntrica definida. Aqui, não se trata de Allah, Tupã, Jaci ou Vishnu. Em um país de ampla maioria cristã, o herói precisa ser erguido por sua maioria. Construções narrativas associadas a esse mito do divino, conferem potencialmente uma espécie de validação em instância suprema. Afinal, se a causa tem a aprovação do e pelo divino, logo, a motivação seria nobre e justa. Nesse sentido, em âmbito arquetípico, poderíamos fazer uma associação simbólica ascensional entre o Cristo Redentor, a campanha da marca Red Bull, a Estátua da Liberdade da Havan e a retórica política bolsonarista.

Segundo Eliade (1994, p. 53), a aceitação da retórica colonialista reflete uma “mitificação do originário” idealizada na figura do colonizador, onde se espera retornar às origens e à Idade de Ouro primordial. Em caminho discursivo oposto e ainda assim imerso no mesmo escopo imaginário brasileiro do herói primordial, temos a perspectiva retórica vista em Macunaíma, considerado anti-herói pela literatura, a sombra e síntese de uma brasilidade modernista. Para

Jung (2002, p. 142), essa sombra denota a profundidade, a imersão, “por sua ‘sombra’, pelo ‘servo’ ou homem ‘inferior’ (*pneumatikos* e *sarkikos* em dois indivíduos). Josué é o filho de Nun. Este é o nome que significa peixe, o que indica que Josué descende da profundidade da água, do obscuro e do mundo da sombra”. Quando se constrói uma narrativa a partir da trajetória do pequeno, observa-se o objeto em *plongée*, ou de cima para baixo. O observador agiganta-se ante a incapacidade e fraqueza do observado. Na literatura, além do Macunaíma, observamos essa mesma construção presente em “O Idiota”, de Dostoiévski, em “Dom Quixote”, de Cervantes, entre diversas outras aparições.

No início dos anos 2000, a fabricante de bebidas Brahma se valeu de construção narrativa semelhante. Em uma campanha publicitária, foi apresentada uma tartaruga, personagem pequeno, lento e de aspecto inofensivo. Nas várias edições do mesmo comercial, ao final, o resultado era o mesmo, o pequeno animal vencia seus opositores utilizando os mesmos artifícios do Macunaíma, malandragem e sagacidade, em uma ressonância da “revolução pelos humildes” que descreveu Durand (2012, p. 277). Ainda segundo o filósofo francês, essa atenção ao pequeno seria uma forma de descida, com repercussão no minimalismo presente nas artes orientais, na sentimentalidade e com simbologias associativas ao ovo, à vida e ao universo. Todas essas associações seriam simbologias do ventre materno e, conseqüentemente, ao conforto e aconchego. Enquanto a construção narrativa com base nas formas aumentadas se torna imponente e divina aos observadores, o discurso do fraco e pequeno nos familiariza por um processo de empatia.

Essa construção narrativa também tem sido amplamente utilizada no âmbito da política, com mais frequência por partidos e políticos alinhados ideologicamente à esquerda. A ênfase

nas camadas menos favorecidas da população, nas minorias, nas pessoas em situação de rua e socialmente vulneráveis propiciam essa construção. Com o *slogan* “País rico é país sem pobreza”, a campanha presidencial de Dilma Rousseff em 2011¹⁰ evidenciava a perspectiva do “pobre”, enquanto a campanha de seu antecessor, Luiz Inácio Lula da Silva, em 2001, lançava foco sobre a ampliação da participação democrática, com o *slogan* “Brasil, um país de todos”. A identificação dessa carência social, automaticamente, sugere a necessidade de uma figura provedora e heroica. Assim como os personagens com base nos aspectos ascensionais deverão cumprir etapas da jornada do herói, a construção narrativa do mito com base no pequeno e no fraco costuma erguer, dentre o povo, o seu próprio representante, de características populares.

Em diferentes povos observa-se uma prática corrente de deitar o lactente na terra. Macunaíma vem ao mundo expelido de encontro à terra, em lugar e habitação simples. Segundo Durand (2012, p. 237), essa prática remete ao berço telúrico a que se ligam os rituais de abandono ou de consagração de recém-nascidos sobre elementos como a água ou a terra. Esse ritual estaria presente em todos os folclores e “sobredetermina ainda o nascimento miraculoso do herói”. Essa espécie de abandono seria “um redobramento da maternidade” e, ainda, uma forma de “consagração à Grande Mãe elementar”, um “nascimento miraculoso” que antecede a maneira pela qual a trajetória será vivenciada. De maneira igualmente mítica, nordestino e de origem humilde, o ex-presidente Lula chega à grande metrópole no Sudeste em um êxodo urbano relacionável, típico das camadas menos favorecidas.

¹⁰ Revista Exame. Disponível em: <https://www.google.com/amp/s/exame.com/marketing/novo-slogan-do-governo-une-riqueza-e-pobreza/amp/>. Acesso em: 05/04/2022.

Em seu discurso de posse quando eleito para presidente, Lula tipifica a potência do pequeno em dois momentos em sequência. Reafirma sua origem humilde e, em seguida, aponta seu triunfo eleitoral pese a sua trajetória de enfrentamento ao estigma e de superação¹¹. O discurso do ex-presidente, interrompido por lágrimas, foi recebido com aplausos e provocou a comoção entre seus apoiadores. Afinal, se o discurso foi emotivo, de um representante oriundo do povo, das camadas menos favorecidas da sociedade, com suas associações à terra-mãe, logo, no imaginário popular, a motivação seria nobre e justa. Nesse sentido, em âmbito arquetípico, assim como nos elementos ascensionais, poderíamos fazer uma associação simbólica entre o Macunaíma, a campanha da Bhrama, Dom Quixote e a retórica política lulista.

Ao abordar a epifania do herói, Jung (2002, p. 180) aponta equivalências entre a aparente pretensão exagerada, simbolizada aqui pela imponente figura do Cristo Redentor, e o herói sofredor, sintetizado pelo Macunaíma. Embora sejam aparentemente contraditórias, ambas as formas são idênticas, “porque a megalomania consciente corresponde uma inferioridade compensatória inconsciente e a uma inferioridade consciente, uma megalomania consciente”. À superfície cultural e ideológica, são símbolos dicotômicos, antitéticos, como a persona e a sombra, Jean Valjean e Javert, deus e diabo, ou Darth Vader e Luke Skywalker. Contudo, são igualmente reflexos de nossa própria constituição primordial. No caso dos símbolos aqui estudados, expoentes culturais de um mesmo imaginário comum.

¹¹ “Se havia alguém no Brasil que duvidava que um torneiro mecânico, saído de uma fábrica, chegasse à Presidência da República, 2002 provou exatamente o contrário. E eu, que, durante tantas vezes fui acusado de não ter um diploma superior, ganho como meu primeiro diploma, o diploma de presidente da República do meu país”. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/brasil/fc1512200202.htm>>. Acesso em 05/04/2022.

Uma breve pesquisa na página mais visitada sobre o Cristo Redentor no TripAdvisor¹² revela as associações de idealização diante da imagem do monumento. Adjetivos como “emocionante”, “sensacional”, “abençoado” e “inigualável” se misturam entre os mais de 65 mil comentários relativos à passagem pelo alto do Corcovado. São menções que vão do deslumbre diante da composição visual até relatos de experiências místicas. De acordo com a perspectiva linguística em Saussure (1974), os adjetivos compõem uma dimensão intrínseca ao ambiente sociocultural do falante. A maneira como são adjetivados os substantivos em uma língua expressa, sobretudo, uma projeção identitária de sua coletividade. Os relatos dos visitantes ao monumento aqui estudado são sintomáticos de sua popularidade e ampla aceitação.

Com mais de 600 mil inscritos no YouTube, “Ler Antes de Morrer¹³” é um dos canais sobre literatura de maior alcance naquela plataforma. Em seu perfil homônimo no Instagram, em 20 de abril de 2022 foi divulgado que o Macunaíma seria a leitura sugerida da semana. Com 48 comentários nos primeiros 10 dias da postagem, 18 foram registros negativos, 10 positivos e outros 20 foram neutros. Entre os comentários imparciais, coincidiam que a leitura havia sido imposição de professores da escola ou faculdade, algo recorrente em outros perfis e canais nas redes sociais que mencionam a obra de Mário de Andrade. Entre os comentários negativos, destacam-se adjetivos como “chato”, “cansativo” e “ruim”, estes, possivelmente refreados pela fácil identificação ligada ao nome dos perfis, algo que não acontece no YouTube. É nesse ambiente de anonimato, conforme descreve Han (2018, p. 15) “que separa a mensagem do

¹² Tripadvisor. Disponível em: <https://www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g303506-d554128-Reviews-or30-Corcovado_Christ_the_Redeemer-io_de_Janeiro_State_of_Rio_de_Janeiro.html>. Acesso em 26 abr. 2022.

¹³ Ler Antes de Morrer, YouTube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/LerAntesdeMorrer>>. Acesso em 29 abr. 2022.

mensageiro, o recado do remetente" e que "aniquila o nome", onde encontramos mais nitidamente o estigma associativo ao personagem literário.

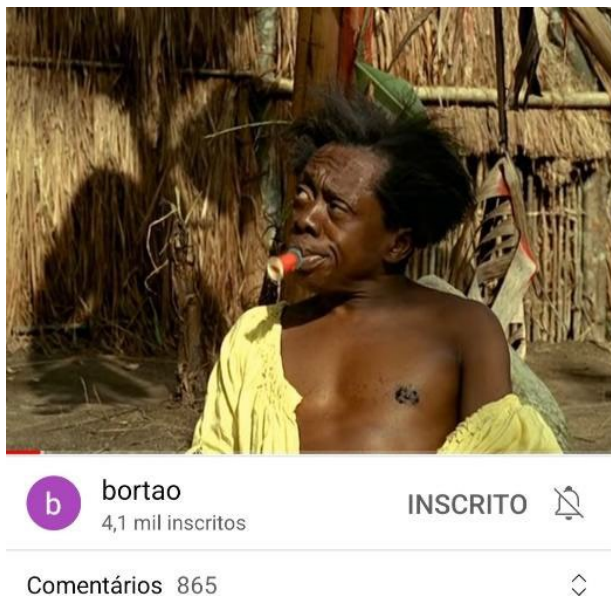


Fig. 02 – Filme “Macunaíma”, 1969.

Fonte: Frame do filme “Macunaíma” no Canal Bortao, minutagem: 6’06”.

Publicado em 06 de fevereiro de 2021.¹⁴

Disponível na íntegra em alguns canais do YouTube, o filme de Joaquim Pereira de Andrade “Macunaíma” (1969)¹⁵ contribuiu para imortalizar o personagem na memória nacional. Interpretado por Grande Otelo, ator negro de 1,5m de altura, em um momento emblemático e satírico, Macunaíma surge sendo parido já adulto, filho de pais brancos. Com mais de 630 mil

¹⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8lEeG7adLZQ>. Acesso em: 15 de junho de 2022.

¹⁵ Andrade, Joaquim Pedro de. Macunaíma (1969). Comédia. Brasil, Condor Filmes.

visualizações no canal “Bortao¹⁶” (Fig. 02), o filme conta com mais de 800 comentários, entre os quais ressaltam-se frequentemente aspectos depreciativos à produção, personagens, e até mesmo conteúdo de cunho racista. Em uma demonstração do que Han (2018, p. 22) chamou de “sociedade da indignação” ou “sociedade do escândalo”, um dos comentários lamentava a produção ter sido feita no Brasil e afirmava ser mais um fruto da Lei Rouanet, incentivo à cultura criado em 1991, curiosamente, mais de 20 anos após a estreia do filme. Considerado subversivo à época de seu lançamento, o filme foi censurado pelo poder então vigente. Aparentemente o Macunaíma não era um símbolo pelo qual o identitário estatal gostaria de se reconhecer em 1969 e tampouco no Brasil atual.

Considerações Finais

Ainda assim, o Macunaíma e o Cristo Redentor seguem por quase um século como símbolos que espelham a nossa ideia de brasilidade. Neles estão nossos elitismos, preconceitos, aspirações por grandeza, contradições, o que há de belo e repugnante. Eles são sínteses de brasileiros vindos de todas as partes, como cada pastilha de pedra-sabão que compõe o Redentor e o torna imenso em sua heterogeneidade. Em um tempo em que as imagens “não são apenas reproduções, mas também modelos” (Han, 2018, p. 53) que buscam parecer cada vez melhores, mais belas e vivas, a perspectiva da sombra e dos antagonismos nos revelam potencialidades narrativas em sua diversidade. Nossa riqueza, tal qual o paraíso perdido, sustenta-se em uma identidade espelhada na “Aquarela do Brasil” (1939), de Ary Barroso, lugar ao mesmo tempo do “mulato inzoneiro” e “terra de Nosso Senhor”. Enquanto a construção de

¹⁶ Canal Bortao, YouTube. Disponível em: < <https://www.youtube.com/user/bortao>>. Acesso em 29 abr. 2022.

uma narrativa com base nos grandes mitos tem o poder de acessar nossos arquétipos primordiais, relacionando-nos ou promovendo engajamento, é por meio do entendimento de nossas idiosincrasias culturais que estabelecemos uma narrativa relacional, de maneira a alcançar ou repelir a nossa diversidade coletiva.

REFERÊNCIAS

- Alighieri, Dante. (1979). *A Divina Comédia. Belo Horizonte*, Ed. Itatiaia e S.Paulo, Ed. da Universidade de S. Paulo.
- Anderson, Benedict. (1991). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism. Revised Edition*. London.
- Andrade, Mário. (1978). *Macunaíma: o herói sem nenhum caráter*, Ed. crítica de Telê Porto. Rio de Janeiro.
- Aristóteles. *Metafísica* (ensaio introdutório, texto grego com tradução e comentário de Giovanni Reale). (2005). São Paulo, Edições Loyola.
- Bíblia, Português. Bíblia Sagrada. (2001). Tradução de João Ferreira de Almeida. São Paulo: Sociedade Bíblica do Brasil.
- Bosi, Alfredo. (1998). Situação de Macunaíma, In: *Mário de Andrade, Macunaíma: o herói sem nenhum caráter*. Brasília.
- Brasil. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico.
- Bulfinch, Thomas. (2002). *O livro de ouro da mitologia* (a idade da fábula): História de Deus e Heróis. Ediouro.
- Campbell, Joseph. (2007). *O herói de mil faces*. São Paulo: Editora Pensamento.
- Damatta, Roberto. (1998). *O que faz Brasil, Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Rocco.
- Durand, Gilbert. (1988). *A imaginação simbólica*. São Paulo: Cultrix.
- _____. (2012). *As estruturas antropológicas do imaginário: Introdução à arquetipologia geral*. Trad. Hélder Godinho. 4ª ed. São Paulo: Editora WMF; Martins Fontes.

- Eliade, Mircea. (1994). *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva.
- Foucault, Michel. Introdução. (1986). In: *A arqueologia do saber*. Trad. Luiz Felipe Baeta Neves. Forense Universitária, 2a ed., Rio de Janeiro.
- Han, Byung-chul. (2018). *No Exame: perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes.
- Homero. *Ilíada*. (2003). São Paulo: Nova Cultural.
- Jung, Carl Gustav. (2002). *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Koch-Grünberg, Theodor. (2002). Mitos e lendas dos índios Taulipangue e Arekuná. Trad. de Henrique Roenick e revisão de M. Cavalcante Proença. In: Medeiros, Sérgio (Org.), *Makunaíma e Jurupari, cosmogonias ameríndias*. São Paulo: Perspectiva.
- Macunaíma (1969). Direção de Joaquim Pedro de Andrade: Condor Filmes. (110 min.)
- Maffesoli, Michel. (2012). *O tempo retorna: Formas elementares da pós-modernidade*. Tradução: Teresa Dias Carneiro. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Mazzoleni, Arcangelo. (2005). *O ABC da Linguagem Cinematográfica*, Cine-Clube de Avanca.
- Mignolo, Walter. (2000). *Local Histories/Global Designs: Coloniality, Subaltern Knowledges, and Border Thinking*. Princeton: Princeton University Press.
- Nietzsche, Friedrich. (2009). *Assim falava Zaratustra*. Um livro para todos e para ninguém. 3ª Edição. Petrópolis, RJ: Vozes.
- Saussure, Ferdinand de. (1974). *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix.
- Sousa, Antônio Cândido de Melo e. (1993), "Dialética da malandragem", in *O discurso e a cidade*. São Paulo, Duas Cidades.