



Revista Espaço Livre, Vol. 5, num. 09, jan-jun./2010



Sumário

A reprodução da música mercantil nos programas de covers: uma análise dos programas Astros (SBT) e Ídolos (Rede Record)	03
<i>Anderson Lucas Novaes</i>	
A Informação nos Meios de Comunicação	10
<i>Edmilson Marques</i>	
Valores e Hegemonia, uma Crítica Desbravadora da Axiologia	16
<i>Fabrcio Arruda Santos</i>	
O Ser na Concepção Materialista da História	19
<i>José Fábio da Silva</i>	
Lugares de Memória: a construção do bandeirante no livro didático	22
<i>Marlon Teixeira de Faria</i>	
Cultura Popular, Mentalidade e Representação no “Banco do Capeta” em Santa Fé de Goiás	28
<i>Wilson de Sousa Gomes</i>	

Expediente:

Revista Espaço Livre. Vol. 5, num. 09, jan-jun./2010.

A Revista Espaço Livre é uma publicação eletrônica do NUPAC - Núcleo de Pesquisa e Ação Cultural, cujo objetivo é manter um espaço para divulgação de idéias e teses que possuam um caráter crítico e abram espaço para a reflexão sobre o mundo contemporâneo. O nome da revista ESPAÇO LIVRE é oriundo da idéia de um espaço que não seja comandado por regras formais e exigências rígidas, onde o conteúdo tenha proeminência sobre a forma e que esteja aberta a participação ampla e inovadora dos participantes, numa perspectiva crítica, libertária. Os artigos enviados espontaneamente por não membros do coletivo responsável por esta publicação serão avaliados e poderão ou não ser publicados, a partir dos critérios de qualidade, adequação à linha editorial, conformidade às normas de publicação, e não expressam o ponto de vista dos membros do conselho editorial e/ou do conselho consultivo. Os artigos deverão ter no mínimo uma página e no máximo dez páginas, fonte Times New Roman, tamanho 12, espaço 1/5, margens padrão do Word. Deve-se utilizar o sistema autor-data (sistema de Chicago), com lista bibliográfica no final ou notas de fim no final do texto. Os textos devem ser digitados no programa Word for Windows e entregues via o seguinte e-mail: espacolivre@sementeira.net

Conselho Editorial:	Conselho Consultivo:	
Edmilson Marques Lucas Maia dos Santos Nildo Viana	André Melo Cleiginaldo Pereira dos Santos Cleito Pereira Edmilson Borges Edmilson Marques Erisvaldo Souza Fernando Lima Neves Flávio Pereira Diniz Jean Isídio João Alberto da Costa Pinto José Nerivaldo Pimenta	Juversino de Jesus Júnior Leonardo Venicius Proto Parreira Lisandro Braga Lucas Maia Santos Maria Angélica Peixoto Nildo Viana Nanci Valadares de Carvalho Ovil Bueno Fernandes Veralúcia Pinheiro Uelinton Rodrigues Weder David de Freitas

A reprodução da música mercantil nos programas de covers: uma análise dos programas *Astros* (SBT) e *Ídolos* (Rede Record)

Anderson Lucas Novaes

Antes de abordarmos os atuais programas de *covers*, que reproduzem uma obra já composta e divulgada sobre os moldes do oligopólio mercantil da cultura, devemos discutir o conceito de Indústria Cultural desenvolvidos por Adorno e Horkheimer. Os mesmos autores afirmam em sua *dialética do esclarecimento*, “que a cultura contemporânea confere a tudo um ar de semelhança”, e que “a falsa identidade do universal e do particular sob o poder do monopólio, toda cultura de massas é idêntica” (ADORNO E HORKHEIMER, 1985, p. 113). Partindo dessas afirmativas, que analisaremos os atuais programas televisivos, que julgam estar formando novos ídolos ou astros, enquanto na verdade estão apenas reproduzindo a insignificância pública dos homens na sociedade capitalista compensando-os pelo mecanismo da identificação e da visibilidade.

A indústria cultural como afirma Rubim “é uma indústria oligopolista, ela está organizada e funciona dentro dos padrões empresariais definidos pelo capitalismo, em sua fase oligopolista” (RUBIM, 1988, p. 48). Somente entendendo sobre quais perspectivas e interesses a indústria cultural está inserida que podemos entender porque o artista no sistema capitalista, já não mais possui autonomia sobre a sua criação, pois a mesma agora deve estar moldada sobre os ditames mercantis, assim como em uma grande indústria:

A nova dependência do produtor cultural deriva de que no capitalismo o trabalho produtivo é aquele que produz mais-valia e esta produtividade só é alcançada pelo trabalho assalariado. Assim, a tendência é o criador cultural se transformar em trabalhador assalariado, tornando a produção cultural um produto definido dentro dos padrões do modo de produção capitalista de bens materiais e estreitando ainda mais a aproximação entre a produção de bens materiais e espirituais. (RUBIM, 1988, p. 27).

A indústria cultural ao tornar a cultura algo padronizado, após a sua produção em série de obras e artefatos para consumo, necessita da produção de personalidades, nas quais o consumidor busca a sua identificação, para essas pessoas, se dão nomes como: astros, ídolos, vedetes, etc.

Adorno afirma que “os astros são aqueles que falam os jargões com facilidade, espontaneidade e alegria como se fosse à linguagem que ele, no entanto, há muito reduziu ao silêncio. Eis aí o ideal do natural neste ramo.” (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 120). As vedetes por sua vez não distinguindo muito, logicamente, dos astros “são personalidades estruturadas (padronizadas) e individualizadas, ao mesmo tempo, e assim seu hieratismo resolve, da melhor maneira, a contradição fundamental.” (MORIN, 1994, p. 258). Nessa perspectiva então que trabalharemos nossos “proto-astros”, criados diariamente pelos programas de *covers* contemporâneos, que ao reproduzir a música de seu ídolo – vale salientar que o ídolo aqui citado, já é por sua vez um mero intérprete da música mercantil – almeja chegar a

tal posição de astro.

Porém antes de analisarmos a busca do “homem comum” – degradado pela sociedade capitalista – pela tão almejada fama nos programas de *covers*, deve-se analisar dois segmentos que integram a indústria cultural: a música e a televisão.

Para entendermos a música e seu poder de atração na sociedade contemporânea, devemos apontar que a burguesia enquanto classe dominante da sociedade capitalista possui valores, e que esses valores devem ser repassados para as outras classes exploradas, através da formulação de bens culturais de consumo. Logo então a música axiológica¹, sendo um bem de consumo cultural, representa os valores da sociedade burguesa que são repassados para as demais classes com intuito de tornar universais os valores burgueses. Visto que a classe burguesa não só naturaliza seus valores, como também lucram ao reproduzi-los, “os oligopólios da música conseguem com exatidão: lucrar com a produção das músicas sua reprodução e divulgação. Além de propagar os valores burgueses, marginalizando as músicas de cunho crítico produzida pelas classes populares.” (MARQUES, 2007, p. 72).

A música na sociedade capitalista abriga uma preocupação técnica e estética acentuada pela produção em série, em contraste a técnica avançada, abriga a falta de criticidade, tendo a música mercantil entre seus temas então, a banalização do amor e do cotidiano. Sendo que os artistas que mais bem interpretarem a banalização da vida social e amorosa, ou seja, que mais conquistarem consumidores, receberão uma série de gratificações, dentre elas, os discos de ouro ou platina. Que segundo Edmilson Marques são “estratégias comerciais criadas principalmente pelos proprietários das grandes gravadoras, que constroem o público a acreditar que é natural o sucesso deste ou daquele artista” (MARQUES, 2007, p. 70). Sendo essas gratificações também uma maneira de constrianger o público ao consumo desse produto, definindo o bom-gosto contemporâneo – mesmo sendo esse bom-gosto metamórfico – fazendo desses intérpretes os astros a serem imitados:

Os intérpretes das músicas, massificados pelos meios tecnológicos de comunicação e pelas estampas dos objetos através dos quais são distribuídas as músicas, passam a ser cultuados e idolatrados, chegando a receber um tratamento diferenciado dos demais indivíduos, como se estivessem acima da sociedade (MARQUES, 2007, p. 76).

Essa produção de personalidades públicas, voltadas à divulgação de produtos, que denominamos de astros, gera na sociedade o respeito e admiração, através dos meios de comunicação, que em um segundo momento, gera para o capitalista um meio de lucro, através da venda de mercadorias atreladas a um determinado artista. Para alguns consumidores mais fervorosos, o resultado é a imitação. Que representa para o capitalista em mais lucro, pois o imitador no caso: reproduz, divulga e reafirma o produto do capitalista. A reprodução musical, no caso a imitação do *cover*, só realiza o enriquecimento do capitalista, pois o artista *cover* ao reproduzir a música já “confeccionada” sobre os moldes da indústria mercantil, apenas transferirá os valores já estabelecidos, não tendo nenhum ganho, a não ser de imagem durante um curto período.

¹ Axiologia segundo Nildo Viana (2007), é a expressão dos valores dominantes, sendo que a grande maioria da produção cultural na sociedade capitalista tem por característica ser axiológica. Toda obra que não pautar por reproduzir os valores dominantes, e tenha por finalidade produzir uma expressão da classe explorada é denominada, por Nildo Viana, como axionômica.

Cabe-nos então discutir quem e o responsável pela divulgação da mercadoria. Diversos meios de comunicação são responsáveis pela divulgação dos produtos a serem consumidos, dentre eles estão os jornais impressos, as revistas, o rádio, a internet, etc. Porém, no presente texto abordaremos, unicamente a televisão, visto que sua força é predominante entre os demais meios atualmente. Sendo importante ressaltar que:

A televisão, porém não está para a comunicação como o cobre está para o calor. Se a considerarmos desse modo seremos inapelavelmente vítimas do engodo que ela geralmente costuma suscitar: o de que as imagens televisivas transmitem o real, a ‘realidade efetiva’ e ‘verdadeira’, sem nenhum tipo de mediação ou intervenção (FRANCO In: Durão, Zuin & Vaz, 2008, p. 112).

As palavras de Renato Franco, acima citadas, nos são úteis por afirmar que a televisão, não é por si só, a comunicação de fato, e em hipótese alguma o único meio de comunicação, sendo que, constantemente, nem uma comunicação de fato à mesma realiza, visto que a televisão somente fornece imagens de altíssima qualidade e “fabrica suas imagens em um mundo próprio” (FRANÇA, 2006, p.19). Mundo esse que se distingue constantemente do mundo real, vivido e explorado por seus usuários diariamente, que nessa dita comunicação não possui voz, apenas poder de consumo, que muitas vezes também podem ser negados a eles (os consumidores). Adorno apresenta a televisão, como uma síntese entre rádio e cinema, sendo que a mesma, representaria para a indústria cultural e a seus produtos, o golpe de misericórdia, o seu triunfo:

A televisão visa uma síntese do rádio e do cinema, que é retardada enquanto os interessados não se põem de acordo, mas cujas possibilidades ilimitadas prometem aumentar o empobrecimento dos materiais estéticos a tal ponto que a identidade mal disfarçada dos produtos da indústria cultural pode vir a triunfar abertamente já amanhã (ADORNO & HORKHEIMER, 1985, p. 116).

A televisão enquanto produto de maior eficácia da indústria cultural, e capaz de produzir uma imagem particular do mundo, como se fosse de fato o mundo existente, com tamanha dimensão abrangente representa o agravamento da dominação, da classe dominante sobre as demais classes pertencentes à sociedade capitalista. A dominação efetiva-se através da transformação do indivíduo “esgotado e culturalmente atrofiado pela truculência do processo de trabalho” em consumidor, podendo “almejar, em repouso, esquecer as agruras experimentadas no dia-a-dia”. (FRANCO, 2008, p.115). Porém o mesmo repouso, ócio, ou *tempo livre*², e diariamente ocupado pelos produtos culturais, resultando logo em um não-repouso.

Alguns exemplos simples definem o não-repouso, dentre eles o simples fato de um trabalhador comum estar diante a televisão com sua família, assistindo a um programa qualquer, onde em seu intervalo, lhe são oferecidas mercadorias, a inquietação desse trabalhador em adquirir uma daquelas mercadorias oferecidas, resultaria na sua privação de descanso. Passaria então o trabalhador há ocupar seu tempo-livre com preocupações financeiras para a aquisição do produto, ou até mesmo em mais-trabalho para seu patrão, oferecendo-lhe horas-extras de trabalho. Podemos questionar também que em nosso tempo-livre, constantemente estamos consumindo, pois o simples telespectador é também consumidor, como afirma Maria Rita Kehl, “mesmo quem não consome nenhum dos objetos alardeados pela publicidade como se

² Sobre tempo livre ver, ADORNO (2002).

fossem a chave da felicidade, consome a imagem deles [...] consome a identificação com o 'bem', com o ideal de vida que eles supostamente representam" (BUCCI & KEHL, 2004, p.61). Este consumo que se apresenta sutil, representa cotidianamente o agravamento da dominação capitalista, pois o consumo ideológico das classes menos abastadas dos produtos pensados e produzidos, para a manutenção das relações sociais vigentes, atinge atualmente uma eficácia surpreendente, a ponto de constranger a grande maioria dos cidadãos, a mera reprodução dos valores axiológicos, privando a produção artística e intelectual, que não estejam pautadas em suas perspectivas, resultando no quase desaparecimento da produção crítica na arte em geral.

Adorno nos auxilia na discussão da privação do tempo-livre apresentando um mecanismo criado pelo sistema capitalista, que faz do tempo-livre uma futilidade básica, onde o cidadão dispensa uma energia, seja intelectual, artística ou física sem um retorno real, a não ser a aparência de estar utilizando seu tempo-livre, sem enxergar a utilidade dessa atividade para sua própria vida, o *hobby*:

Eu não tenho *hobby*. Não que eu seja uma besta de trabalho que não sabe fazer consigo nada além de esforçar-se e fazer aquilo que deve fazer. Mas aquilo com o que me ocupo fora da minha profissão oficial é, para mim, sem exceção, tão sério que me sentiria chocado com a idéia de que se tratasse de *hobbies*, portanto ocupações nas quais me jogaria absurdamente só para matar o tempo, se minha experiência contra todo tipo de manifestações de barbárie – que se tomaram como que coisas naturais – não me tivesse endurecido. Compor música, escutar música, ler concentradamente, são momentos integrais da minha existência, a palavra *hobby* seria escárnio em relação a elas (ADORNO, 2002, p. 105).

Então somados a música axiológica, a televisão, a criação dos ídolos e a ocupação do tempo-livre, temos os "ingredientes" necessários para a criação dos programas de *covers*, que se compõem de música axiológica, sendo reafirmada por um cidadão comum através da televisão. A televisão por sua vez, além de divulgar a música de determinado ídolo, ocupa o tempo-livre do cidadão comum, que constrangido pela sociedade do espetáculo acredita que o ser foi superado pelo aparecer, acredita que com uma simples aparição na televisão, será também um ídolo. Então somado a isso, uma estrutura de orçamento barato e uma divulgação incisiva, logo teremos os programas de *covers* atuais, que ridicularizam dezenas de cidadãos diariamente.

Os atuais programas de *covers*, especificamente o programa Ídolos (Rede Record) e Astros (SBT), são compostos por uma infundável comédia, pouca música e uma afronta ao participante. A grande maioria dos participantes que compõem os programas possui pouco ou quase nenhum conhecimento de teoria musical.

Vários fatores poderiam justificar essa ausência de técnica, mas aqui apontaremos dois deles que consideramos mais importantes. O primeiro é o encantamento surreal que a mídia televisiva cria na relação espectador/artista. O fetiche presente nessa relação é reafirmado a todo tempo pelos meios de comunicação. "A lógica que se impõe a partir da imagem fetiche é: 'o que aparece é bom; o que é bom aparece' – de tal modo que o reconhecimento social desses indivíduos desamparados depende inteiramente da visibilidade" (BUCCI & KEHL, 2004, p. 49). A relação fetichista entre espectador/artista, gera a necessidade de visibilidade a cidadãos comuns, mesmo que essa visibilidade, seja, por demasiado curta e degradante. A visibilidade é o que garante o existir, para um sujeito diante outro sujeito, logo temos a necessidade da

aparência sobre qualquer essência, sendo possível então, que “anônimos extraídos das massas de telespectadores, se candidatem e submetam-se a situações degradantes com o único intuito de ganhar um pouco de visibilidade televisiva” (BUCCI & KEHL, 2004, p. 143). Sendo então o primordial para os candidatos, nessa busca pela visibilidade, apenas a aparição no meio televisivo, sem nenhum conhecimento musical que extrapole as barreiras da imitação.

O outro fator a ser discutido, que não cabe a todos integrantes, obviamente. É a realidade social e econômica desses participantes, sendo alguns desses participantes, trabalhadores inseridos na dinâmica do trabalho no sistema capitalista, possuem pouca condição estrutural de desenvolver uma habilidade musical, o tempo-livre como abordamos anteriormente, e usufruído por produtos culturais consumidos constantemente, sendo que, sobra muito pouco desse tempo para se desenvolver uma habilidade artística, que não seja a cópia, de fato.

Sendo o aperfeiçoamento técnico, um objetivo distante da realidade desses participantes, temos as condições básicas para contradição desses programas, a comédia presente nos programas *Astros* e *Ídolos*, se sustenta na contradição da técnica exigida – teoricamente – por seus jurados, e a carência da mesma técnica em seus participantes. Esta explícito que o objetivo dos programas de *covers* atuais, não é o de formar novos astros ou ídolos da música brasileira, e sim, de conquistar cada vez mais audiência através da comédia barata, que ridiculariza cidadãos comuns, que julgados de forma contraditória, nunca poderão tornar-se celebridades, presentes nas capas de revistas sensacionalistas.

A composição desses programas varia um pouco, porém não se distinguem muito, o programa *Astros* (SBT) é composto por milhares de participantes, das mais distintas cidades, que são julgados por quatro mal-humorados jurados, o programa que possui duração de mais ou menos uma hora, apresenta um misto de pouca qualidade musical dos participantes, muita comédia e piadinhas de seus jurados, que mal-humorados ofendem os participantes, baseando-se simplesmente na estética e algumas vezes na técnica, sem notarem que esses participantes não possuem teoria musical nenhuma, pois são frutos do fetiche presente na relação dos produtos culturais massificados.

O programa *Ídolos* (Rede Record) por sua vez, é composto por um júri de três nem sempre educados músicos, que julgam também contraditoriamente milhares de participantes, o programa em suas primeiras etapas preliminares, como no programa *Astros*, apresenta um show de horror; com participantes desafinados e sem ritmo, resumindo, limitadíssimo conhecimento musical. A dinâmica do programa em suas etapas se constitui em apresentar milhares de participantes não aptos a serem ídolos, que mesmo assim se expõem ao ridículo em frente às câmeras. O tempo de programa em suas primeiras fases é constituído basicamente dessas exposições, degradantes que causam ao espectador o riso. As etapas que se seguem são de classificações, e escolha pelo público, de um novo ídolo da música brasileira, porém, mesmo nessas etapas não são dispensadas a comédia, através da apresentação dos “ridículos”, ou melhor, dos ridicularizados através do julgamento puramente estético.

O julgamento estético, sustentado pelo bom-gosto burguês, não se ausenta nesses programas, que deveriam julgar somente a capacidade de interpretação musical, há um conceito de beleza ocidental, que são reafirmados justamente pelos astros; ídolos; vedetes; artistas; etc. Que os participantes desses programas são obrigados a se

adequarem.

A premiação dos programas de *covers* aqui apresentados, são um pouco distintas, o programa *Ídolos* é um pouco mais coerente em relação a premiação do artista escolhido para ser o novo ídolo, após vencer todas as etapas do programa, o concorrente, recebe uma gravação e divulgação de sua obra, porém essa mesma divulgação é restrita a Rede Record, visto que nenhuma outra rede televisiva se interessa em divulgar um produto de outra emissora. O programa *Astros*, possui uma premiação nem de perto condizente a carreira artístico-musical dos vencedores, o concorrente vencedor do programa da emissora SBT, recebe um carro como prêmio – sendo que o mesmo é fruto de um patrocinador.

Constatamos assim, que os programas de *covers* aqui apresentados, são contraditórios em sua essência, pois ao invés de produzir novas personalidades nacionais, as mesmas produzem em sua grande maioria, apenas comédia, com aqueles concorrentes que não obtiveram êxito artístico nenhum. Aos concorrentes ganhadores, premiações que não garantem uma carreira artística sólida, apenas pequenas aparições, em um único meio de divulgação que se dá pela emissora contratante.

Podemos após o texto apresentado, afirmar que, os programas de *covers* *Astros* e *Ídolos* são estruturados para reproduzir a música axiológica, utilizando os mecanismos de identificação e visibilidade, para expor os participantes de maneira contraditória, criando comédia após ridicularizar os participantes que consomem o programa diário e a ilusão de poderem ser também as novas celebridades em meio à sociedade do espetáculo. Sendo que nessa comédia diária, se “oculta o que realmente esta se apresentando: pessoas em situações econômicas precárias, despreparadas, a ponto de se submeterem a qualquer tipo de atitude exótica para conseguir um prêmio em dinheiro” (FRANÇA, 2006, p. 112.). Saliendo para o fato de que toda essa produção do humor; toda reprodução das músicas que banalizam o amor e a vida cotidiana e toda a reprodução dos valores dominantes, segue a dinâmica da indústria cultural, que administra as satisfações autorizadas, ditando as regras e transformando-as, de acordo com a necessidade e a lógica da produção capitalista.

Referências Bibliográficas

ADORNO, Theodor. HORKHEIMER. Max. *A dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

BUCCI, Eugênio. KEHL, Maria Rita. *Videologias: ensaios sobre televisão*. São Paulo: Boitempo, 2004.

DEBORD, Guy. *A sociedade do espetáculo*. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DURÃO, Fábio. ZUIN, Antônio. VAZ, Alexandre (orgs.) *A indústria Cultural Hoje*. São Paulo: Boitempo, 2008.

FRANÇA, Vera. *Narrativas Televisivas: programas populares na TV*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

MARQUES, Edmilson. *A Música na Sociedade Moderna*. In: VIANA, Nildo (org)

Indústria Cultural e Cultura Mercantil. Rio de Janeiro: Corifeu, 2007.

MILLS, C. Wrigth. *A Sociedade de Massas*. In: FORACCHI, Marialice Mencarini & MARTINS, José de Souza. *Sociologia e Sociedade*. Rio de Janeiro: LTC, 1994.

MORIN, Edgar. *A Indústria Cultural*. In: FORACCHI, Marialice Mencarini & MARTINS, José de Souza. *Sociologia e Sociedade*. Rio de Janeiro: LTC, 1994.

RUBIM, Antonio. *Comunicação e Capitalismo*. Salvador: Centro editorial e didático da UFBA, 1988.

VIANA, Nildo. *Os Valores na Sociedade Moderna*. Brasília: Thesaurus, 2007.

Anderson Lucas Novaes

Graduando em História e integrante do Núcleo de Pesquisa Marxista pela Universidade Estadual de Goiás.

A Informação nos Meios de Comunicação

Edmilson Marques

*Sombra, as testemunhas de tua grandeza
Estão prontas a falar e a dar as informações
Que forem necessárias.
(Brecht, Traz-se o Friso).*

Uma crença amplamente aceita na sociedade atual é a de que a informação divulgada pelos meios de comunicação é um importante meio para se compreender a realidade. Isso pode ser notado nas leituras diárias de jornais, ao “respeito” pelos noticiários das grandes empresas de comunicação televisiva, à atenção dirigida às principais manchetes de emissoras de rádios, às leituras atentas das revistas mais conceituadas, à consulta aos sites de noticiários etc. Criou-se uma ideia que a informação repassada pelos meios de comunicação é indispensável e fundamental para se compreender a vida que levamos na sociedade. Esta ideia, no entanto, acaba sendo reproduzida em larga escala sem nenhuma preocupação crítica do conteúdo de tais informações. Diante desta questão que propomos aqui, analisar a informação divulgada pelos meios de comunicação.

Desde a prensa gráfica de Gutenberg, meados do século XV, a sociedade passou a conviver com informações divulgadas por intermédio de algum meio de comunicação. Daí em diante, até os dias atuais, a divulgação das informações sobre a sociedade perpassa pela sua organização, edição e controle nos bastidores dos meios de comunicação. Tratar da questão da informação, no entanto, requer tratar dos meios de comunicação. Estes devem ser compreendidos além do simples meios de comunicação (jornais, revistas, rádio, televisão etc). São organizações dirigidas e de propriedade de determinados indivíduos que os utilizam para atingir determinados objetivos.

A maior parte dos proprietários dos meios de comunicação, por sua vez, sobrevivem do investimento de outros setores da sociedade que buscam neste, uma forma de divulgação de algo de seu interesse. O maior investimento dos meios de comunicação, no entanto, advém de grandes empresas produtoras de mercadorias. É inquestionável, contudo, que os proprietários destas empresas, indústrias ou qualquer outra organização burocratizada têm como finalidade o lucro, mesmo que este seja um fim oculto no discurso destes indivíduos. Por exemplo, é comum ouvir em propagandas que *a organização X foi criada para lhe fazer feliz ou que a mercadoria Y é feita pra você*. Bom, isso é o que declaram, mas, que ocultamente o que estão querendo dizer é que necessita que a sociedade consuma as mercadorias por elas produzidas para que efetivem o lucro. Nesse sentido a informação passa a ser de fundamental importância, pois, são utilizadas como meio de constranger a sociedade ao consumo.

De um lado então, a informação será o meio utilizado por capitalistas para divulgar mercadorias com o objetivo de vendê-las. Para isso, recebem o apoio de outras instituições que vão sendo criadas para trabalhar na elaboração de informações, cujo objetivo é o mesmo daqueles, ou seja, o lucro. A diferença entre ambas está na forma em que utilizam a informação. Enquanto as empresas que produzem determinadas mercadorias utilizam a informação para constranger a sociedade ao consumo, os quais cedem parte de seus lucros para o financiamento da divulgação de suas mercadorias, as

organizações que elaboram tais informações utilizam estas como mercadorias e oferecem serviços especializados em produção de propagandas e outros meios para lucrarem com o serviço prestado aos capitalistas, ou seja, lucram com a informação.

Assim, a razão de ser primeiramente das informações produzidas pelos proprietários de grande parte dos meios de comunicação, é constranger a sociedade ao consumo de determinadas mercadorias, possibilitando assim o lucro dos capitalistas. É com este objetivo que percebe-se os meios de comunicação apresentar determinados noticiários. A seriedade atribuída a estes se torna fundamental para apresentar a informação como algo sério o que constrange as pessoas a considerá-las como algo profícuo. Através destes noticiários torna-se mais eficaz a divulgação de uma determinada mercadoria. E fazem isso associando a mercadoria a discursos de especialistas.

É muito comum perceber esta estratégia com medicamentos. Para vender certos medicamentos os proprietários de meios de comunicação procuram especialistas os quais utilizam do discurso para convencer as pessoas a consumir este produto. Assim, se o especialista fala que o medicamento X é eficaz porque mata realmente os vermes, por possuir uma substância Y desenvolvida com uma alta tecnologia, fruto de dezenas de anos de pesquisa, isso acaba convencendo algumas pessoas que esta mercadoria seja realmente importante para sua saúde. Esta é uma forma de efetivar o que desejam, ou seja, a venda do produto, logo, o lucro.

Esta mesma estratégia utilizada em noticiários de rádio e TV é mais difícil de ser percebida pois até mesmo algumas tragédias são utilizadas como meios para vender outras mercadorias. Os noticiários de TV, por exemplo, conseguiram uma audiência tal, que um grande número de pessoas assumem tais notícias como sendo fundamentais para a compreensão da vida que nos cerca e os tomam como notícias sérias, que informam realmente. Contudo, é preciso perceber que mesmo os noticiários de TV, rádio, etc, podem ter sido adquiridos por determinadas empresas com o intuito de divulgar certas mercadorias. Guareschi afirma que as notícias divulgadas são amplamente controladas por editores que trabalham na sua elaboração. Embora ele não aprofunde nesta questão, mas aponta para a questão que estas notícias são elaboradas de forma que atendam aos interesses da classe dominante. Segundo ele,

Milhares de palavras são escritas nas notícias originais. Editores nos *bureaux* das agências funcionam como fiscais, selecionando e colorindo as notícias, e decidindo quais passarão ao próximo fiscal. As notícias passam dessa maneira, através de todos os preconceitos desses fiscais (preconceitos ideológicos, de educação, de idade, de profissão, de comprometimento público, de comprometimento econômico etc.) (1987, p. 37).

O autor ainda enfatiza que grande parte das notícias divulgadas pela maioria dos meios de comunicação de todo o mundo sofrem uma ampla influência de agências norte-americanas. Ele observa que

Alguns itens são bastante enfatizados e exagerados como, por exemplo, o item sobre terrorismo e violência: somente 13,81% dos itens provindo da América Latina, como fonte original, eram relacionados com crime ou violência; mas 47,66% dos itens retransmitidos por Nova Iorque (depois de fiscalizados e selecionados de acordo) eram referentes a crime e violência (Al Hester, 1976, p. 27). Percebe-se aqui, de forma clara, o interesse dos controlados das

notícias em formar opinião (negativa ou positiva, mas sempre distorcida) sobre eventuais inimigos ou aliados. Em países onde gerentes de companhias americanas são seqüestrados, onde diplomatas, às vezes, passam por maus bocados, é importante que o povo seja rotulado, para o resto do mundo, como violento e desumano (Idem).

Nesse sentido, a gripe suína que mata milhares de pessoas em todo o mundo será divulgada, e concomitantemente, os medicamentos que são a cura para a mesma. Assim, se as pessoas ouvem no noticiário que tem um vírus matando milhares de pessoas e que este está se espalhando pelo mundo – inclusive utilizam de estatísticas para comprovar e dar mais sustentabilidade em suas informações – e que foi desenvolvido um medicamento Z para combatê-lo, ocorre com isso, primeiramente, a reprodução desta crença em larga escala, e em seguida, promove o constrangimento das pessoas ao consumo do medicamento para se precaver de tal doença. O capitalista que produz o tal remédio, ri encarniçadamente vendo o bolso encher em um curto período de tempo (esta informação não é divulgada pelos meios de comunicação).

Outra forma de se utilizar da informação para a venda de mercadorias se dá na esfera artística. A arte tem se transformado num meio fundamental para divulgar informações para constranger ao consumo, como é o caso de telenovelas, programas humorísticos de rádio e tv, sites de internet, textos humorísticos de jornais e revistas, cinema, quadrinhos, pinturas etc. Inserido no roteiro ou na própria obra de arte, a informação sobre determinada mercadoria, ou da empresa que a produz, acaba sendo divulgada, e se isso é feito por um artista famoso, a possibilidade do constrangimento ao consumo ocorrer de forma massificada se torna ainda maior.

Neste sentido, percebemos o caráter venal dos artistas ou daqueles indivíduos que são popularizados pelos meios oligopolistas de comunicação, a exemplo de atletas, que ao se tornarem famosos, logo são contratados por empresas para divulgarem suas mercadorias. Neste contexto que Viana (2007, p. 81) coloca que “a ascensão da indústria cultural [...] marca um processo de subordinação crescente da produção artística ao processo de produção capitalista”.

Outra utilização da informação realizada com o objetivo do lucro está na divulgação de serviços. A mercantilização e burocratização das relações sociais vêm provocando o crescimento de serviços oferecidos, por um lado, por indivíduos que buscam no mercado o meio de sobrevivência, e por outro por indivíduos que objetivam lucrar com o trabalho por ele desenvolvido. Indivíduos de classes subalternas, a exemplo dos trabalhadores domésticos, em sua grande parte oferecem seu trabalho para sobreviver. Já outros, provenientes de classes privilegiadas a informação se torna fundamental para a sua auto-promoção, e assim, a divulgação do seu serviço é apresentado como algo indispensável para o bem estar individual e por isso deve ser consumido. Neste bojo, aquele que paga mais aos meios de comunicação para sua promoção, ou tem mais possibilidade de ampliar a divulgação da informação de seu serviço, acaba efetivando o que deseja na realidade, o lucro, simultaneamente o seu enriquecimento.

Até aqui tratamos da informação ligada diretamente à produção de mercadoria, e desta como mercadoria, a informação como propaganda. Mas, ainda é preciso tratar da informação estatal, a qual, mesmo tendo uma ligação direta com a produção de mercadorias na sociedade, não propaga a mercadoria em si, mas a ideologia da burocracia. A informação recebe uma atenção especial do estado. É por isso que se

criou um conjunto de leis que obriga todo e qualquer meio de comunicação, a divulgar questões referentes ao estado. Contudo, as informações devem divulgar uma imagem positiva do estado, e não contrariar a ordem estabelecida e nem mesmo desqualificar sua imagem. Isso acaba provocando o que Marcuse (1973) denominou de *pensamento e comportamento unidimensional*, os quais são voltados para o que ele chamou de *estilo de vida* cujo objetivo daquelas informações é acomodar os indivíduos à sociedade permeada pelos interesses burgueses, do consumo compulsivo de mercadorias.

Devido a essas exigências que se vê as emissoras de rádio divulgar em rede a Hora do Brasil; ou a TV fazer o pronunciamento do presidente e de partidos políticos em horários que grande parte das pessoas se encontram em casa para o descanso; ou jornais e revistas de propriedade do próprio estado que divulgam suas ações. Enfim, a informação estatal tem como intuito fundamental divulgar a ideologia da representação, a ideia que o estado, os partidos políticos e os sindicatos são fundamentais para a vida da sociedade. Esta informação desejada pelo estado exclui a possibilidade da organização social realizada pela classe trabalhadora. Pois, se esta informação se popularizar, pode-se correr o risco de seu poder ficar em xeque, e a grande parte da população questionar o próprio estado. Por isso, toda a atenção que dirige à informação na sociedade, controlando, editando, e se possível, evitando aquelas que lhe agride.

Vimos anteriormente dois tratamentos dados à informação, uma utilizada pelos proprietários de grandes empresas produtoras de mercadorias, a informação mercadológica, e a outra a informação utilizada pelo estado, a informação estatal, ambas relacionadas à propaganda. Os proprietários de meios de comunicação, por seu lado, acabam elaborando também suas próprias informações e as divulgando. São informações superficiais que dizem respeito a questões do cotidiano, o que Bourdieu denominou de *notícias de variedades*, que para ele, “têm por efeito produzir o vazio político, despolitizar e reduzir a vida do mundo à anedota e ao mexerico” (p. 73), ou melhor, tornar a percepção da realidade superficial, prendendo a atenção da sociedade ao superficial, às expressões jurídicas, ocultando o essencial, as relações de produção, que no capitalismo é fundamentada numa relação de exploração. Essas informações são voltadas para o aumento de audiência, como é o caso de informações relacionadas ao esporte, a acontecimentos diários da sociedade, meteorologia, etc. Com o aumento de audiência, no entanto, cresce o número de investidores.

Esses tipos de informações tratadas anteriormente, contudo, se convergem a um único objetivo, o lucro e a manutenção da ordem estabelecida. Como coloca Badikian (1993, p. 164) “o desejo de manter a atenção de todo mundo para vender-lhes os bens anunciados, é uma motivação dos operadores [dos meios de comunicação] que estão no negócio devido aos lucros”. A informação desejada pelos capitalistas é defendida pelo estado quando este a controla e não permite que seja dito ou divulgada qualquer espécie de informação que vá além da ordem estabelecida¹. Nesse sentido, a informação em grande parte dos meios de comunicação é controlada e limitada, e ainda, criada por especialistas para educar as pessoas para esta sociedade, para o capitalismo.

Por outro lado, mesmo o estado promovendo um controle amplo da informação, desponta na sociedade informações que contrariam seus interesses, conseqüentemente, os interesses dos capitalistas, tratando-se das informações contestadoras. Estas surgem

¹ Pode-se referir também às informações repassadas pela comunicação realizada através do telefone. É comum o estado grampear algumas linhas telefônicas e retirar as informações para reprimir aqueles que lhe agride, ou que, pelo menos, contraria a ordem estabelecida.

do descontentamento de determinados indivíduos com esta sociedade e utilizam de determinados meios para sua divulgação. Este tipo de informação se depara com o controle estatal sobre os meios de comunicação, e devido a isso, os indivíduos que desejam divulgá-la acaba tendo que recorrer a meios alternativos.

Mesmo conseguindo divulgar para um público reduzido, grande parte desses indivíduos convivem com a repressão estatal, sendo muitas vezes presos e torturados. Um exemplo desta repressão estatal à divulgação de informações contestadoras pode ser notada no fechamento de meios de comunicação e de agressões aqueles que distribuem panfletos, jornais, revistas etc, de contestação.

Mesmo controlando a informação contestadora o estado não consegue evitar que esta apareça aqui ou ali. Embora venha se popularizando uma falsa ideia de uma liberdade² total de expressão, o controle da informação continua ampliando cada vez mais, e, concomitantemente, cresce também os meios alternativos de divulgação da informação contestadora. Sérgio Caparelli (1986, p. 48) expressa que “os meios alternativos de comunicação é um fenômeno mundial”, o que demonstra a sua amplitude. Assim, determinados indivíduos buscam contestar a ordem estabelecida, a opressão social, e denunciar por conta própria, sem o apoio dos grandes meios oligopolistas de comunicação, a exploração que grande parte da sociedade sofrem nos locais de trabalho e da miséria e contradições inerentes a esta sociedade.

Esta informação acaba tendo o objetivo de informar o que os capitalistas e o estado não desejam e não fazem através dos meios de comunicação, ou seja, informar que ao invés da felicidade, da harmonia, e da possibilidade de uma vida melhor nesta sociedade, o que reina é a miséria, a exploração, a desumanização do mundo, as guerras, e a luta constante e brutal de uma classe social (a burguesia) sobre outras (as classes explorada e oprimidas). Aliado a este objetivo vem surgindo e sendo cada vez mais divulgada a informação da possibilidade de uma nova sociedade, onde as pessoas são agentes de sua própria vida, onde são integrantes ativas da organização social e vivem em constante ligação na realidade com a informação existente, já que esta perpassará uma realidade sem o interesse vil dos capitalistas que a utilizam como meio de efetivar o lucro.

Este tipo de informação perdurará enquanto existir a sociedade que coloca na miséria e em estado desumano de vida, milhares de pessoas, pois, mesmo diante da mediocridade e do controle, ainda assim, continua a existir e ampliando o número de pessoas que lutam diariamente contra tudo que lhe aprisiona e lhe provoca o estado doentio de vida. Pessoas que buscam contribuir com a destruição das causas da exploração, da desigualdade e de todas as formas de informações que concordam com esta vida, perpassada pelos interesses da burguesia; informações que escondem a possibilidade de uma nova sociedade que será fruto da luta dos próprios trabalhadores, que buscam destruir esta forma de informação que não informa quem são os verdadeiros causadores e mantenedores desta sociedade que se tornou a sociedade mais vil e cruel de toda a história da humanidade. Mas a mudança é possível e necessária. Por isso, a necessidade de se fazer a divulgação da informação que anuncia a possibilidade de uma nova sociedade tendo esta como foco e objetivo final para uma transformação social.

² A liberdade de expressão nos meios de comunicação existe para aqueles que não contrariam a ordem estabelecida. Para aqueles que reproduzem o discurso burguês de conformidade com a sociedade capitalista. Por outro lado, informações que contestam a ordem estabelecida são divulgadas até o momento em que não os interesses da burguesia e do estado não são atingidos. Quando isso ocorre, o revide estatal é imediato e brutal.

Assim, coloca-se em evidência a informação que não informa, a informação que reina na maioria dos meios de comunicação da sociedade capitalista, a informação que diz respeito à lógica capitalista.

Referências Bibliográficas

BAGDIKIAN, Bem. *O Monopólio da Mídia*. São Paulo: Página Aberta, 1993.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, p. 1997.

CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa Sem Massa*. São Paulo: Summus, 1986.

GUARESCHI, Pedrinho A. *Comunicação e Poder: a presença e o papel dos meios de comunicação de massa estrangeiros na América Latina*. Petrópolis: Vozes, 1987.

HESTER, Al. *International News Agencies*. University of Wisconsin, (mimeografado), 1976.

MARCUSE, Herbert. *A Ideologia da Sociedade Industrial*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1973.

VIANA, Nildo. *A Esfera Artística*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

Edmilson Marques

Professor da Universidade Estadual de Goiás e doutorando em história pela Universidade Federal de Goiás.

Valores e Hegemonia, uma Crítica Desbravadora da Axiologia

Fabício Arruda Santos

Um dos mais poderosos sustentáculos da sociedade burguesa é a cultura. Esta é o cimento da dominação burguesa, como já dizia Gramsci. A hegemonia burguesa na sociedade civil é tão forte que até os setores oposicionistas são reprodutores dela, mesmo quando fazem oposição. Isto está presente na razão instrumental, analisada por Horkheimer, no domínio da ideologia dominante, como já apresentado por Marx, mas há algo mais aí. O que é? Eis a pergunta. A resposta pode ser encontrada em um livro recentemente publicado por um dos grandes desbravadores da sociologia brasileira, Nildo Viana, a obra "Os valores na sociedade Moderna". Nesta obra, Viana desenvolve elementos fundamentais para se pensar a reprodução da sociedade moderna, capitalista. Uma das bases da ideologia e da razão instrumental é a axiologia.

Por isso a axiologia é mais forte e importante para explicar a dominação cultural burguesa do que a ideologia e a razão instrumental. Não se trata aqui de axiologia como "ciência dos valores", "ramo da filosofia" e sim tal como definida e analisada por Nildo Viana em sua obra Os Valores na Sociedade Moderna.

Axiologia significa, neste caso, uma determinada configuração do padrão dominante de valores. Em outras palavras, são os valores dominantes em uma determinada sociedade, que podem assumir várias formas ou combinações (uma determinada configuração). Tais valores são produzidos socialmente, inculcados nos indivíduos desde a infância e o processo de socialização primária, expresso na família, escola, meios de comunicação, brinquedos, etc. Esse processo social de produção de valores está de acordo com as relações sociais existentes, reproduzindo-as e valorando-as. Elas expressam os interesses de reprodução das relações de produção capitalistas e se espalham por toda a vida social, engolindo os indivíduos. As escolhas, decisões, atitudes, ideias, dos indivíduos são condicionadas por seus valores e por isso a base da ideologia dominante e do conservadorismo, mesmo de setores dominados, é a axiologia.

Assim, os valores dominantes formam, nos indivíduos, valores fundamentais que eles reproduzem e internalizam, tornando-se dificilmente removíveis. A busca de ascensão social, sucesso, fama, poder, riqueza, ou seja, o mundo da competição está entranhado nas pessoas, bem como a importância da autoridade, dos dirigentes, dos governantes, dos diretores, e a mercantilização de tudo, no qual o ter predomina sobre o ser, e tudo vale pelo quanto custa. Estes elementos típicos das relações sociais burguesas se reproduzem na esfera dos valores. Trata-se da sociabilidade burguesa fundada na competição, burocratização e mercantilização que produz os valores dominantes e estes, por sua vez, reproduz tal sociabilidade.

Todos os indivíduos possuem valores fundamentais e valores derivados e a sociedade moderna molda os valores fundamentais, que são os correspondentes aos interesses dominantes. Os valores fundamentais são aqueles que ligados à valoração primária e se torna critérios para a valoração secundária, ligada aos valores derivados,

ou seja, são meios de escolhas que determinam os demais valores. Isto se revela no nosso cotidiano, escola, ciência, arte, mundo dos objetos. Os filmes, as obras de arte, as produções intelectuais e científicas, são, predominantemente, axiológicos. Os programas de TV, brinquedos, objetos em geral (uma pessoa troca de mesa para ter uma mesa melhor, no sentido de lhe fornecer mais status e lhe colocar um minúsculo degrau acima na escala social) são predominantemente axiológicos.

A ideologia tem como base a axiologia. A ideologia, no significado marxista, é uma falsa consciência sistematizada. Essa falsidade não surge apenas das limitações intelectuais dos indivíduos. Ela surge por outro motivo, o não-querer ver, determinada pelos valores. Um economista que apela para números para esconder a realidade da exploração, da miséria, do fracasso da qualidade de vida e do bem estar dos indivíduos, não está apenas sendo limitado intelectualmente devido a ideologia dominante na ciência econômica, mas também pelos valores que ele compartilha, a nível geral – predominantes em todos os grupos sociais, tal como a competição, e que se reproduz entre os economistas que, para realizar o valor do sucesso e ascensão social, precisa estar na moda e agradar, para ganhar financiamento, vender livros, etc. – e a nível particular – como economista e portanto indivíduo ressocializado para valorar os números, as estatísticas, dos resultados, em detrimento dos seres humanos. Uma das principais fontes da ideologia, da falsa consciência sistematizada, é a axiologia.

Depois de perceber essas questões, vem a pergunta: qual a saída? Ou não há saída? Se existem valores dominantes, existem valores não-dominantes. A existência da dominação só pode ser pensada num processo no qual existam dominantes e dominados. A existência de valores dominantes mostra que existem outros valores, pois caso contrário haveria apenas valores, não seriam dominantes e seriam de todos e para todos. É por isso que existem valores divergentes, valores autênticos. Eles são autênticos por expressarem valores correspondentes à natureza humana, ou seja, que estão ligados aos princípios do trabalho não alienado – ou seja, da criatividade – e da cooperação – a sociabilidade entre iguais. Para explicitar estes valores, Viana cunha o neologismo “axionomia”, expressão de determinada configuração de valores autênticos.

A axionomia existe marginalmente na sociedade moderna, em grupos explorados e oprimidos, no proletariado, e outros lugares. Também existe em muitos indivíduos em contradição com outros valores que são portadores. Um indivíduo possui uma escala de valores e conflitos internos entre valores e por isso há uma luta interna dentro do indivíduo, assim como há uma luta social em torno dos valores. Uma das formas de corroer a hegemonia burguesa, afirma Viana, é buscar a transformação dos valores, realizar a crítica da axiologia e a defesa da axionomia. E a consciência tem um papel importante nesse processo, pois há uma influência recíproca entre consciência e valores e os conflitos internos dos indivíduos podem ter uma resolução positiva caso tenham consciência que grande parte dos seus valores são produtos sociais e axiológicos.

Assim, há uma luz no fim do túnel. E não poderia deixar de ser, pois Viana se destaca por ser um dos poucos sociólogos brasileiros originais e que não se rende ao conservadorismo, modismo, colonialismo cultural e que é um desbravador, no sentido que desbrava, abre novos caminhos, inova. Nada mais normal, portanto, que produza mais esta obra desbravadora.

Referência Bibliográfica

VIANA, Nildo. *Os Valores na Sociedade Moderna*. Brasília: Thesaurus, 2007.

Fabício Arruda Santos

Graduado em ciências sociais pela UFPE –
Universidade Federal de Pernambuco.

O Ser na Concepção Materialista da História

José Fábio da Silva

*O único absoluto é a mudança
Butterfied*

O homem é um ser efetivamente histórico. Relaciona-se com o seu meio empreendendo um significado e um objetivo a todas as suas ações, conscientemente ou não, em uma relação entre o passado e o futuro. É um ser teleológico influenciado diretamente pelo meio social no qual se insere, ou seja, é impossível falar do homem separando-o de seu meio social ou de sua “historicidade”. Tudo que se relaciona com o homem enquanto indivíduo está ligado diretamente ao seu espaço social e às condições materiais e interpretações das mesmas herdadas por ele historicamente.

As condições históricas e o modo de produção da vida material é o que condiciona o processo da vida social, ou seja, é o lugar que o indivíduo ocupa na sociedade que determina a sua consciência. A consciência nada mais é do que o reconhecimento do indivíduo de sua posição no processo de produção, bem como a compreensão que tal posição foi historicamente determinada, e justamente por isso, também pode ser mudada por meio do próprio processo histórico. Na visão do materialismo histórico-dialético, esse processo histórico se dá por meio da luta de classes. O processo de conscientização só se dá, entretanto, dentro do processo moderno de produção, como afirma Lucáks: “Com o capitalismo e com a constituição de uma sociedade com articulações *puramente econômicas*, a consciência de classe chegou ao estágio em que *pôde se tornar consciente*” (LUCÁKS, 2003, p. 156).

O desenvolvimento da consciência se dá dentro do desenvolvimento do movimento histórico real. É no “desenvolvimento temporal irreversível” que é a história atravessa os seres humanos em sua existência e forma o indivíduo como um ser socio-histórico onde o “ser” não se separa da “consciência” e o “singular” não se distingue do “universal”.

O ser é o ser humano histórico-concreto envolvido em relações sociais que garantem a produção e reprodução da vida material e a consciência só pode ser as representações 'reais' ou 'ilusórias' que ele elabora a respeito de suas relações com a natureza e a sociedade. (VIANA, 2007, p. 29)

O ser é determinado fundamentalmente por sua essência; a essência, por sua vez, existe apenas em sua manifestação concreta, em sua existência. Entretanto, para superar a “aparência” e reconhecer o “ser”, para reconhecer a essência do ser em sua historicidade, sem a qual ela não pode ser reconhecida, é necessário compreender que “a essência só existe na manifestação de alguma coisa”, ou seja, não se reconhece a “essência do ser” separando-a de sua existência material ou de sua historicidade.

Do ponto de vista do materialismo histórico-dialético, a consciência do indivíduo em relação ao seu meio social, político, intelectual ou religioso, é condicionada pelo modo de produção da vida material. Sua visão de mundo é formada a partir da classe social que o indivíduo se insere e não pela ideia que ele venha a construir de si mesmo. Segundo Edward Carr, “nossa imagem de fatos de nosso meio é modelada por nossos valores. Os valores penetram nos fatos e são parte essencial deles” (CARR, 2002, p. 163).

Os valores prevalentes em uma sociedade são os valores da classe dominante. No

sistema capitalista, os valores que prevalecem são os valores burgueses, classe detentora dos meios de produção a qual busca a reprodução do capital. Independente da consciência que um indivíduo faz de si, os seus objetivos, enquanto classe está sempre presente nele, a visão que ele faz de si não determina quem ele de fato é, mas sim as condições materiais e o meio no qual ele está inserido. Os interesses de classe são o objetivo e o envolvimento que uma classe social possui originários de sua posição diante das relações de produção.

O assalariado é produto e produtor de seu meio e apenas percebendo sua posição dentro desse processo de exploração pode então obter forças e vislumbrar condições para poder superá-lo. Para uma clara compreensão do *ser-de-classe do proletariado*, é necessário, antes de mais nada, uma compreensão clara da oposição que há entre o trabalhador assalariado e a propriedade privada. Na perspectiva do materialismo histórico-dialético, o trabalhador tem na superação de suas condições de inferioridade frente ao capitalismo o “seu fim e sua ação histórica”, e para que isso ocorra é preciso que se liberte de si mesmo enquanto classe e elimine a propriedade privada, principal responsável por sua condição. O *ser-de-classe do proletariado* revela-se, então, dentro do processo histórico e de suas condições materiais enquanto força de trabalho assalariado produtora de mais-valia e constantemente contrária ao capital. A consciência de classe do trabalhador não se encontra então no âmbito teórico e sim na prática, em suas atividades cotidianas, no dia a dia de sua existência enquanto ser social. Como afirma Nildo Viana:

A consciência é uma forma de atividade. O ser humano sempre coloca uma finalidade antes de executar uma atividade. A finalidade é, portanto, expressão do caráter ativo da consciência. Esta finalidade pode ser uma ética, um projeto de algo novo, etc (VIANA, 2007, p. 33).

O antagonismo característico das condições sociais de vida dos indivíduos sustenta a força produtiva responsável pelo desenvolvimento da sociedade capitalista ao mesmo tempo em que cria as condições materiais para a solução desse mesmo antagonismo. O indivíduo mesmo consciente de seu papel dentro de uma determinada sociedade pode, ainda assim, não conseguir enxergar as contradições presentes na mesma. À medida que o indivíduo verdadeiramente consciente se reconhece como parte integrante de uma classe social e luta não apenas pelos próprios interesses, mas pelo interesse da classe, as contradições dessa sociedade tornam-se mais evidentes, pois na intensificação das lutas de classe e das contradições do capitalismo se desenvolve a consciência mais abrangente da realidade.

O “ser” no materialismo histórico-dialético não é apenas uma hipótese, o “ser” abandona o seu caráter metafísico e passa a se relacionar com um tempo e um lugar, é dentro da produção e reprodução da vida imediata/existencial que o “ser social” se organiza e se materializa; se concretiza em uma realidade histórico-concreta.

A ontologia marxista é ‘relacional’ – o ser social não é uma ‘coisa’, e sim relações históricas determinadas. Ao mesmo tempo que absolutamente historicizado, esse ser conservaria um resíduo intemporal, presente em todas as formulações sociais e inultrapassável: a relação insuperável entre homem e natureza (REIS, 2006, p. 54-55).

A perspectiva do materialismo histórico-dialético não busca a origem do “ser” como faz à metafísica, o “ser” é fruto das relações sociais e do modo de produção que fundamenta cada sociedade. Essas relações mudam e assumem características diferentes conforme lugares e épocas. Mesmo diante de muitas interpretações é o modo de produção da vida material que determina as estruturas sociais e as contradições da mesma. Não há uma verdade do “ser” separado do processo histórico ou das condições materiais que

fundamental a sociedade. O homem mais do que um “ser universal”, é um “ser produzido” historicamente, não sendo fadado a aceitar as “verdades” que a sociedade coloca como tal.

Referências Bibliográficas

ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

CARR, Edward H. *História como progresso*. In: CARR, Edward H. **Que é história**. São Paulo: Paz e terra, 2002. p.143-165.

FONTANA, Josep. *Marx e o “materialismo histórico”*. In: FONTANA, Josep. *A História dos Homens*. Baurú, SP: EDUSC, 2004.

KORSCH, Karl. *A concepção materialista da história*. In: KOSH, Karl. *Marxismo e filosofia*. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008. p. 123-146.

LUKÁCS, Georg. *Consciência de classe*. In: LUKÁCS, Georg. *História e consciência de classe: Estudos da dialética marxista*. São Paulo: Martins Fontes, 2003. p. 133-191.

REIS, José Carlos. *O Marxismo*. In: REIS, José Jorge. *A História, entre a Filosofia e a Ciência*. Belo Horizonte: Autêntica, 2006.

VIANA, Nildo. *A consciência da História*. Ensaios sobre o Materialismo Histórico-Dialético. Rio de Janeiro: Achimé, 2007.

_____. *Escritos metodológicos de Marx*. Goiânia: Alternativa, 2007.

_____. *O Que é marxismo?* Rio de Janeiro: Elo, 2008.

José Fábio da Silva

Graduando de História da Universidade Estadual de Goiás (UEG).

Lugares de Memória: a construção do bandeirante no livro didático

Marlon Teixeira de Faria

Antes de começarmos a fundamentar nosso artigo, devemos fazer uma breve consideração a sua vida do autor de *Memória Coletiva*, (2006). Maurice Halbwachs, nasceu na França em 1877 e faleceu em 1945. Segundo uma biografia incluída em sua obra (2006), era uma criança tranqüila, até o momento em que começou a frequentar o Liceu Henri IV, onde começou a assistir aulas de Henri Bérghson, que foi onde ele liberou toda sua vontade e gosto pela filosofia.

Desse momento à frente ele lia constantemente obras de Stendhal, Rembrandt, Leibniz, entre outros. Durkheim foi uma de suas inspirações para produção de obras e mais, para o próprio desenvolvimento de suas teorias. Sua morte foi devido ao terror nazista, nos campos de concentração.

Ciente da posição que ocupamos como pesquisadores, e tendo em vista a dimensão atingida na sociedade pelo processo educacional, que não se restringe apenas ao professor, mas que por outro lado, abarca diversos campos sociais em nossa sociedade, Brandão (1997), observamos que muitas vezes ficamos cegos perante algumas abordagens à quais deparamos, já que muitas vezes estamos envolvidos pelo senso comum, segundo Dermeval Saviani (2002), que se torna uma postura adotada, onde muitas vezes sem percebermos reproduzimos determinadas ações e idéias, que por sua vez passam por nosso senso crítico. Assim propomos uma análise do livro didático e seu papel na escola na formação da memória. Propondo a associação da memória com a educação, partimos em busca de uma análise de como a imagem do bandeirante é captada pelos alunos das séries em questão.

Compreendendo a dimensão ampla do desenvolvimento e organização educacional, desenvolvemos essa pesquisa com a intenção de entender tal processo através do livro didático, que por sua vez, em nossa pesquisa o caracterizamos como um lugar de memória, segundo todo o embasamento que conseguimos através da leitura da obra *“Entre Memória e História: a problemática dos lugares”*, de Pierre Nora (1993), nossa reflexão é direcionada a outro objetivo nosso, relacionar o livro didático como um instrumento de produção de memória, e que podemos perceber ser de grande e constante utilidade nas escolas.

Dessa forma, segundo Nora, “Os lugares de memória nascem e vivem do sentimento que não há memória espontânea, que é preciso criar arquivos, que é preciso manter aniversários, organizar celebrações, pronunciar elogios fúnebres, notariar atas, por que essas ações não são naturais.” (NORA, 1993, p. 13). Ao nosso ver, dentro de uma perspectiva sobre o trabalho de Nora percebemos que os Lugares de memória, acabam por se tornar pedaços, ou melhor lembranças cristalizadas do passado, que surgem com o intuito de não se deixar acabar com toda uma tradição cultural de uma determinada nação ou lugar (que também percebemos em ABREU, 2005). Para melhor completar esse conceito podemos dizer que “Lugares de memória são pois aquilo resta: um resíduo e uma perpetuação. Os testemunhos de um outro tempo, que emprestam ritual a uma sociedade desri-tualizada.” (ABREU, 2005, p. 217). Assim pensando na

constituição desses lugares de memória, chegamos a hipótese de que é quase que fora de questão dissociar o livro didático dessas características. Agora dando um toque nosso de interpretação, entendemos que este objeto tem essa característica de Lugar de Memória devido carregar em seu corpo diversas informações do passado, e que por sua vez são reproduzidas de forma que a crítica é eliminada de sua abordagem, trazendo apenas uma narrativa seqüencial, com alguns pingos de lógica.

Quando discutimos esse tema, antes mesmo temos o dever de refletir sobre alguns conceitos desenvolvidos por Maurice Halbwachs, em sua obra *A memória coletiva*, como memória coletiva e histórica, que aqui assumem os pilares para a construção deste artigo.

Começamos por entender o que seria a memória coletiva, ou melhor, como se dá esse processo de coletividade da memória. Seguindo o que Halbwachs diz, percebemos que “... se pode falar de memória coletiva quando evocamos um fato que tivesse um lugar na vida de nosso grupo e que víamos, que vemos agora no momento em que o recordamos, do ponto de vista desse grupo.” (HALBWACHS, 2006, p. 41). Uma vez que, da forma que conseguimos entender, um grupo e um espaço estão altamente vinculados ao processo da construção da memória de um determinado indivíduo, uma vez que esse herdará diversas características desse grupo, mas que, no entanto o indivíduo não conseguira evocar todos os acontecimentos de seu grupo com todos os detalhes, dessa forma estará sujeito a uma espécie de socialização de sua lembrança, que por sua vez estará sendo alvo de complementos de outros indivíduos, surgindo assim, de uma forma mais objetiva e direta ao ponto, se pode chamar de memória coletiva.

Assim para uma melhor compreensão da memória coletiva, Halbwachs nos oferece uma passagem da qual podemos extrair, não toda, mais uma bela e clara idéia do que posteriormente e com uma árdua reflexão vem a se constituir esse conceito. Dessa forma o autor nos diz que,

Contudo, se a memória coletiva tira suas forças e sua duração por ter como base um conjunto de pessoas, são os indivíduos que se lembram, enquanto integrantes do grupo. Dessa massa de lembranças comuns, umas apoiadas nas outras, não são as mesmas que aparecerão com maior intensidade a cada um deles. De bom grado, diríamos que cada memória individual é um ponto de vista sobre a memória coletiva [...]. (HALBWACHS, 2006, p. 69)

Observando o desenvolvimento de tal conceito (memória coletiva), ou seja, entendemos que ele, em palavras mais simples, se torna o que temos em comum, tratando de uma recordação, ou passagem de nossa vida, ou algum acontecimento que estivemos presente, ou até mesmo algo que não presenciamos, mas conhecemos por meios de testemunhos ou documentos. Mas sem deixarmos de saber que devemos estar dentro de um grupo social, assim assumindo determinadas ações que só esse tem por costume, e que dessa forma por também fazermos parte temos em comum.

Passando desse conceito a um outro de fundamental importância a nós, encontramos a memória histórica. Aqui possivelmente podemos nos confundir quando pensamos esse termo em relação à memória coletiva. Mas o que devemos ter em mente nesse momento, é que este conceito (memória histórica) ocorre devido à apropriação dos lugares de memória para colocar na cabeça dos indivíduos determinadas lembranças (e em alguns casos lembranças criadas) das quais a sociedade julga importantes sobre sua trajetória. Dessa forma Halbwachs diz que,

Durante o curso de minha vida, o grupo nacional de que faço parte foi teatro de certo numero de acontecimentos a respeito dos quais digo que me lembro, mas só conheci através de jornais ou pelo testemunho dos que neles estiveram envolvidos diretamente. [...] Trago comigo uma bagagem de lembranças históricas, que posso aumentar por meio de conversas ou leituras [...] (HALBWACHS, 2006, p. 72).

Através de uma análise do que diz esse autor percebemos não totalmente, mais de forma que nos de uma boa base de discussão científica que nos possibilite a realizar nossa proposta de forma clara e objetiva. Agora antes de passarmos a uma relação entre a memória e o livro didático, começaremos por refletir sobre algumas pesquisas sobre esse ultimo a fim de podermos entender seu papel na sociedade.

Dentre alguns autores, entre os quais pesquisamos, Hilton Ferreira Japiassu (1977), em uma das paginas de uma de sua obra, dentro de um tópico onde ele discute, “*Saber, Ciência e Epistemologia*”, ele diz que antes de um saber existe um pré-saber. Sendo assim, pensando sua reflexão em algo concreto e que facilmente temos acesso como o livro didático, observamos que ao longo de nosso crescimento temos um pré-saber, uma espécie de saber a priori, que vem de nossos laços sociais, e vai se desenvolvendo à medida em que adquirimos certa bagagem intelectual. Assim, nesse objeto que estamos discutindo, percebemos que sempre vimos falar de algum assunto contido nele, mas sem um maior aprofundamento, dessa forma uma das primeiras fontes de conhecimento que temos a mão se torna ele (Livro Didático), dentro da perspectiva de Pierre Nora (1993) ele se torna um lugar de memória (de acordo com a citação feita acima), pois a partir de quando o temos como base de aprendizagem, ou de estudo isso fica marcado em nossa mente, ou seja, os fatos que neles encontramos se tornam quase que pessoais para nós. Assim, através de um processo que faz com que algum determinado conhecimento se torne coletivo, e posteriormente ganhe seu aspecto histórico. (com base em nossa análise de Halbwachs, 2006).

Após isso na escola quando passamos a utilizar o Livro Didático e agora com uma visão nossa, embasada por suporte de alguns autores, vemos que ele serve para repassar uma certa forma sistematizada de saber, que faz com que seja criada uma memória através da exposição de seus conteúdos, ele ganha uma certa carga de memória histórica, pois, diversos, quando não todos, os fatos que nele são narrados não conhecemos, mas através dele ficamos tão íntimos que em alguns momentos falamos deles com a propriedade de quem participou desses movimentos.

Aqui utilizamos duas autoras que realizaram uma pesquisa sobre o Livro Didático, Ana Teresa Marques Gonçalves (2009) e Kátia Maria Abud (1994), a primeira sobre uma problemática de seus conteúdos e a segunda acerca da utilização para conservação dos ideais de uma classe e coesão social. Começaremos por uma análise da primeira autora a fim de observarmos algumas questões acerca dos conteúdos. Aqui serão utilizados exemplos sobre a disciplina de História Antiga, mas nossa visão se estendera para compreendermos o livro em si. Dessa forma temos a primeira questão apontada por Gonçalves,

Sem os especialistas em História Antiga, que nem sempre são consultados para revisar as informações postas nos manuais, diversos conceitos já revistos, algumas vezes já mesmo ultrapassados e substituídos por outros mais adequados ao real vivido, reaparecem com toda força nos livros didáticos. (GONÇALVES, 2009, p. 03)

Tendo em vista essa pouca atenção por parte de alguns profissionais para com a

importância do conteúdo presente nos livros didáticos, que por sua vez fica ligado aos próprios ideais que as altas classes pensam, encontramos uma função social dele. Segundo alguns autores, entre eles Abud (1994), ele assume uma forma de manual, ou uma espécie de cartilha onde existem as coisas que devemos aprender e de que forma devemos aprender. Assim o Livro Didático se torna para Abud um

Instrumento de trabalho indispensável, pois não há professor que nele não se apóie, o livro didático tem sido um dos mais utilizados canais de transmissão e, sobretudo, de manutenção dos mitos e estereótipos que povoam a História do Brasil. E, ainda, a ele cabe uma parte importante da função de continuar alimentando a concepção de História do Brasil... (ABUD, 1994, p. 81)

Assim percebemos ainda que, de uma forma superficial, a intenção, ou mais claramente, o objetivo da seqüência dos conteúdos existentes nos livros didáticos. Dentro da visão dessa autora, mas o resultado de nossas análises, observamos que o livro didático segue um padrão que as classes mais influentes no meio social, juntamente com suas ideologias, pensam para determinar o caminho do processo educacional, que começa também pelas escolas, e que não se restringe somente a ela segundo Brandão (1995).

Tomando por bases esses exemplos das autoras acima citadas, utilizamos a título de exemplo de pesquisa três livros didáticos de História, um da 6ª e dois da 7ª série, que são, *Nova História Crítica* do ano de 1999, de Mario Schmidt, *Por Dentro da História* do ano de 2006 de Pedro Santiago e *História em Documentos* de Joelza Éster Rodrigue, do ano de 2008. A escolha de tais obras não se dá aleatoriamente, primeiramente escolhemos de editoras, autores e períodos de publicação diferentes, com a intenção serem analisados para compreendermos as abordagens trazidas neles.

Com esses materiais em mãos passamos a ler e atentar para os tipos pensados acerca da figura do Bandeirante, e mais, ainda percebemos de que forma ele é construído na cabeça dos alunos do ensino fundamental. Nas duas primeiras obras citadas, observamos que esse homem, o Bandeirante, é tratado de uma forma neutra, de forma que notamos que no da 6ª série existe uma abordagem um pouco mais detalhada dando ênfase a sua vestimenta e seus confrontos com os índios, e sem mais detalhes. Já nos da 7ª traz uma visão mais superficial, ao ponto que faz breves referências as características das viagens, aventuras e perigos por eles passados. A última obra que pretendemos analisar, nos deixa confusos ao buscar entender esses Bandeirantes.

Em determinados momentos nesses livros didáticos o Bandeirante é tratado como um desbravador, não com essa palavra, mas nas entre linhas, da forma que são postas suas viagens e conflitos com os índios ele aos poucos se torna uma imagem de um grande homem, e às vezes como um invasor, mas que não temos muitos detalhes, apenas algumas passagens que nos fazem pensar nisso.

Através dos livros didáticos percebemos que:

Além desses acontecimentos, a memória é constituída por pessoas, personagens. Aqui também podemos aplicar o mesmo esquema, falar de personagens realmente encontradas no decorrer da vida, de personagens freqüentadas por tabela, indiretamente, mas que, por assim dizer, se transformaram quase que em conhecidas, e ainda de personagens que não pertenceram necessariamente ao espaço-tempo da pessoa. (POLLAK, 1992, p. 2).

Através dessa passagem de Pollak, observamos a eficiência do livro didático em produzir uma determinada memória, da imagem do bandeirante, que se tornou um grande marco a se falar sobre o povoamento dos territórios do interior do Brasil.

História, memória, Nação mantiveram então, mais do que uma circulação natural: uma circularidade complementar, uma simbiose em todos os níveis, científicos e pedagógico, teórico e prático. A definição nacional do presente chamava imperiosamente sua justificativa pela iluminação do passado. (NORA, 1993, p. 11).

Assim inserida na memória histórica a figura de desbravador do bandeirante, devemos entender o porquê disso. Vemos de acordo com Santiago, que devido a posteriormente São Paulo começar a se desenvolver, a figura do Bandeirante foi posta como um representante de um lugar de uma árdua e sofrida luta para crescer, segundo Santiago (2006).

Dessa forma sobre o Bandeirante percebemos que primeiramente a autora faz referências as dificuldades sociais da vila de São Paulo e assim diz que “Nas matas, buscavam produtos que pudessem render algum dinheiro. Inclusive indígenas.” (RODRIGUE, 2008, p. 230). Com essa passagem e toda sua narrativa, encontrada no livro, observamos um arranjo textual que permite uma interpretação possibilitando um entendimento seu enquanto um grande homem, que desbravou na raça e força esse sertão supostamente inabitado, e ainda ele é mais lembrado à medida que tomamos essa nossa pesquisa a termos regionais, mais todo esse entendimento pra nós, que supostamente temos mais conhecimento e leitura de tais contextos em comparação com uma criança da 6ª ou 7ª série.

Em diversos livros, segundo Santiago, o bandeirante aparece como “... o paulista que desbravou os sertões e contribuiu para formar o Brasil.” (SANTIAGO, 2006, p. 112). Com essa passagem entendemos que a figura do bandeirante hoje em dia não vem sendo discutida com a devida precaução, como vemos acima, nos livros didáticos que falam deles existem apenas fragmentos de suas imagens e aventuras reais, como nesse livro, *Por dentro da História*, da 7ª série, que dedica apenas uma página a esse assunto, e assim é discutido brevemente.

De forma interessante, encontramos mais conteúdos em um livro da 6ª série, contudo este não é o nosso objeto, mas sentimos necessidade de demonstrar isso. Só para ter noção da diferença das dimensões dessa temática discutidas nesse livro, com relação aos da 7ª, observamos uma passagem bem interessante, como,

Os bandeirantes se embrenhavam na floresta tropical fechada, atravessavam montanhas perigosas e rios agitados, indo a lugares muito distantes de qualquer cidade colonial. Mas os objetivos deles não eram nada heróicos: eles eram caçadores de índios... Os bandeirantes atacavam impiedosamente as aldeias indígenas. (SCHIMIDT, 1999, p. 266).

Dessa forma, primeiramente com a intenção de concluirmos, ou melhor, até esse momento encerrarmos nossa pesquisa, entendemos que, nos livros didáticos que utilizamos, a referência sobre o bandeirante é muito fraca. Em nossa análise foi visto o total de 4 (quatro) livros da sétima série, mas devido a falta total de informações, ou mesmo uma figura sobre os bandeirantes, achamos desnecessários citá-los em nossas referências, utilizando assim apenas 3 (três) livros, sendo um da 6ª série.

Finalizando, entendendo essa fraca fundamentação teórica dos livros didáticos,

percebemos hoje em dia que, a caracterização do processo das bandeiras e atitudes dos próprios bandeirantes fica, basicamente, a cargo dos professores, ou seja, estes baseados em suas formações, bacharéis ou licenciados, proporcionar aos alunos um entendimento desse processo, ao passo que ele mesmo possa ter como fazer sua interpretação de tal processo.

Referências Bibliográficas

ABREU, José Guilherme. *Arte pública e lugares de memória*. Revista da Faculdade de Letras

CIÊNCIAS E TÉCNICAS DO PATRIMÔNIO. I Série vol. IV, Porto: 2005.

ABUD, Kátia Maria. *Ensino de História*. In: SILVA, Marcos A. da. (org). *Repensando a História*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1994.

BRANDÃO, Carlos Rodrigues. *O que é Educação*. 33ª Ed. São Paulo: Brasiliense, 1997.

GONÇALVES, A. T. M. *Os Conteúdos de História Antiga nos Livros Didáticos Brasileiros*. Disponível em: <http://www.heladeweb.net>. Acesso realizado em 03 de novembro de 2009.

HALBWACHS, Maurice. *A memória coletiva*. 1ª Ed. São Paulo: Centauro, 2006.

JAPIASSU, Hilton Ferreira. *Introdução ao Pensamento Epistemológico*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1977.

NORA, Pierre. *Entre Memória e História: a problemática dos lugares*. Projeto História: Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP. São Paulo: Nº 10, 1993.

POLLAK, Michel. *Memória e Identidade Social*. Rio de Janeiro: Estudos Históricos, vol. 5, nº. 10, 1992.

RODRIGUE, Joelza Éster. *História em Documentos*. São Paulo: FTD, 2008.

SANTIAGO, Pedro. *Por Dentro da História*. 1ª ed. São Paulo: Escala Educacional, 2006.

SAVIANI, Dermeval. *A filosofia na formação do Educador*. In: SAVIANI, Dermeval. *Educação: do senso comum a consciência filosófica*. 14ª ed. Campinas, SP: Autores Associados, 2002.

SCHIMIDT, Mário. *Nova História Crítica*. São Paulo: Nova Geração, 1999.

Marlon Teixeira de Faria

Aluno do Curso de Licenciatura Plena em
História, da Universidade Estadual de Goiás,
UnU de Jussara. E-mail:
marlon.t.faria@hotmail.com.

Cultura Popular, Mentalidade e Representação no “Banco do Capeta” em Santa Fé de Goiás

Wilson de Sousa Gomes

Partindo daquilo que Marc Bloch (1972) defende, fazemos história de tudo que o homem tocou, fazemos história dos “homens no tempo” e como tal, nosso projeto abarca um tema de elevada importância para a sociedade, pois busca quebrar as relações preconceituosas do homem branco que apesar das transformações sociais e culturais ainda guardou ou guarda, esse elementos; e dentro do âmbito acadêmico, buscamos de forma efetiva, ampliar as discussões historiográficas e compreender mais aspectos da produção cultural humana.

Com isso, percebemos lutas constantes ao longo da vida. E assim, buscaremos construir um debate seguido de uma análise que ofereça esclarecimentos para o meio acadêmico, sempre partindo do princípio de que não estamos com a verdade “absoluta”, mesmo porque ela não existe, lançaremos algumas análises e interpretações passíveis de crítica e comentários, embora sabendo que dentro das ciências humanas e sociais, todos os enunciados partem do ponto de referência onde se lança os discursos.

Com isso, fundamentados em referências teóricas, algumas evidências apresentam a passagem do indígena na região do município de Santa Fé de Goiás, em um local denominado de Serra do Tira Pressa, popularmente conhecido como “Banco do Capeta”. De antemão, esclarecemos que nesta análise e debate não iremos interpretar as inscrições na rocha, isso porque exigiria um “trabalho minucioso e refinado de cunho Histórico-antropológico, analisando e pontuando toda a gama cultural e simbólica que possui os “desenhos na rocha”; focaremos nossa atenção no conflito simbólico do branco para com o indígena” (GOMES, 2007, p. 01).

Assim, as transformações ocorridas no Brasil têm influência direta nos estados e conseqüentemente nos municípios. Na década de 1970 a 1980 temos um complexo contexto político de transformações ou mutações da cultura popular dessa época, mas tenhamos em mente que as mudanças no cultural são lentas. Discutindo o que Ernest Labrousse *apud* LE GOFF (1995) nos propõe, formulamos o seguinte pensamento: as mudanças sociais são lentas perante as econômicas e as mentais são mais lentas que as sociais. Apesar das mutações e do desenvolvimento das relações capitalistas, de todo ‘progresso’ e de reflexões políticas e intelectuais, a cultura popular ainda conserva a natureza estrutural do mito dentro do imaginário coletivo, existem traços que a mentalidade carrega inconscientemente.

Dessa forma, o interesse por esse tema surgiu a partir de uma visita realizada ao município de Santa Fé de Goiás, com o especialista em antropologia visual professor Mário Arruda da Costa, no intuito de coletarmos cerâmicas de produção indígena para a produção de um trabalho na disciplina de Temas da Antropologia, do curso de licenciatura plena em história no ano de 2002. Ao chegarmos ao município de Santa Fé de Goiás, na Serra do Tira Pressa, onde está situado o popular “Banco do Capeta”, encontramos um contexto bem mais amplo, uma leitura equivocada dos elementos inscritos nas rochas, leitura que podemos chamar de “preconceituosa”, pois se baseia numa visão deturpada da realidade humana, onde práticas, ações culturais, são taxadas ou interpretadas como um elemento produzido por algo sobrenatural, assim, temos uma

mistura de misticismo e ficção. E após produzirmos uma monografia para conclusão de curso no ano de 2005, sob a orientação do professor Rodolfo Belchior F. de Paula, concluímos que esse tema deveria ser trabalhado não apenas na graduação, mas sim, estendido ao debate histórico – social do meio acadêmico.

Assim, deparamo-nos com uma situação em que as pessoas do município supracitados e região têm comportamentos diferenciados, no sentido de que um elemento produzido por outra cultura, causa-lhes medo, e isso produz um contexto conflituoso, a luta do bem e do mal, que é afirmada e propagada pelas instituições religiosas, que molduraram o comportamento educacional humano. Desse modo, alguns dizem que na Serra do Tira Pressa, no local denominado de “Banco do Capeta”, manifestava-se forças sobrenaturais malignas. Ao depararmos com isso, e, buscando uma problematização dessa realidade trazendo para uma leitura acadêmica, percebemos que havia um ‘problema’ naquele local. Havia uma relação de conflitos entre a visão cristã (bem) e o exótico (profano), e como historiadores, ao encontrar-nos diante de um problema, devemos pesquisar, estudar e buscar compreender esse contexto, pois nisso “há contexto humano, social, político, até mesmo místico” (BRAUDEL, 1978, p. 273), que deve ser analisado, interpretado e compreendido. Assim, com essa breve citação, percebemos que o historiador, como um homem de seu tempo, tem de entender o sentido que as pessoas dão aos significados, e que esse por sua vez, tem de importância na sua maneira de pensar e agir, ou seja, qual a influência que isso tem nas suas vidas?

Assim, temos em mente que o nosso trabalho está inserido dentro da temática cultura e representação. Pois, ao trabalharmos esse tema estamos analisando a apropriação de discursos que são ordenadores da consciência de homens que viveram nos anos de 1960 e 1980, e isso se encontra dentro de um contexto verbal, gestual e simbólico, que define as relações étnicas e de poder, que afirma uma identidade em detrimento da outra, ou seja, a passagem do indígena pelos locais gravados e o homem branco buscando nesse local a conquista, a afirmação da sua cultura em deturpação da outra.

Como afirmamos acima, na incessante busca cognitiva, nos deparamos com fatos curiosos; como historiadores percebemos lutas constantes ao longo da vida, sejam elas lutas de classes, lutas regionais, culturais, filosóficas e etc. Assim, tentando valorizar aquilo que nos norteia, temos que essas discussões vem ampliar o debate entorno do conceito de cultura, e para tal feito, recorreremos à historiografia, realizando um debate indagador, sobre a forma de produção e a relação do homem com a cultura que ele próprio criou. E explicar, interpretar e compreender a estrutura mística da região do Médio Araguaia e em especial, no município de Santa Fé de Goiás, no local conhecido como Serra do Tira Pressa e especificadamente no lajedo denominado de “Banco do Capeta”, onde temos um conflito de imagens, gestos e linguagens, que traduzem a construção simbólica de duas culturas: a cristã e outra indígena ampliando a nossa concepção e compreensão acerca dos “homens no tempo”.

A historiografia nos oferece produções sobre o assunto, no entanto nossa discussão é focalizada em uma região específica e tem por objeto de pesquisa, a interpretação da representação e simbolismo que compõem a mentalidade cristã sobre o “Banco do Capeta” em Santa Fé de Goiás. Nesse sentido há um grande acervo de fontes orais e arqueológicas, que demonstram a passagem do indígena pela região, ou seja, temos os relatos orais dos moradores que nos apresentam dois fatores: primeiro ao entrevistarmos temos a tradição oral que representa o testemunho que é transmitido de geração para geração; e segundo as experiências vidas pelos entrevistados que trazem

evidências das informações as quais eles tiveram acesso; além das fotos do local e das inscrições na rocha, que ora afirmam o relato dos entrevistados, ora demonstram os elementos imaginados pelos mesmos, assim, temos vários elementos do ponto de vista histórico que fazem necessário uma análise e interpretação para que haja uma compreensão do conjunto de símbolos, representação e elementos imaginário que se cria entorno da produção indígena, ou seja, os desenhos na rocha.

Dessa maneira, devido a uma visão mistificada, atribui-se a esse fato, algo no mínimo equivocado, fictício e imaginário como afirmamos acima. Isso acontece dentro de uma sociedade agrária, em que há o predomínio do senso comum, onde o sujeito desse ambiente constrói sua história recorrendo à sua consciência, que por sua vez diante de ansiedades e apreensão, luta ou conflito, busca nas explicações místicas resolver esses problemas, esse conflitos. Sua consciência por sua vez é guiada por elementos religiosos que o coloca diante de valores como pecado e virtude, Deus e o Diabo. Dessa maneira temos na sociedade um conflito, uma luta de poderes que é justificada pelo misticismo e violência, essa última não de modo físico, mas na mente das pessoas. Com isso temos a ideologia a serviço de uma manobra de negação daquilo que não está contida dentro do conjunto de elementos criados e legitimada pela mesma, ou seja, as pessoas são levadas (motivadas) a acreditarem em uma única visão da realidade: a da RELIGIÃO CRISTÃ, que por sua vez prega em seus preceitos e dogmas uma relação de confronto, esse parte da relação entre o bem e o mal que simboliza a eterna luta de Deus contra o Diabo, é a luta do céu contra o inferno, onde na terra o homem é tentado e testado a todo o momento para que tenha seu lugar afirmado em um dos lugares descrito acima. Assim os medos, ansiedades e angústias dão forma e vida a algo que não é visto e tocado, entretanto, a visão e criações colhidas nas entrevistas fazem o irreal, o sobrenatural ganhar vida e forma.

Assim, não temos o confronto físico, a luta corpo a corpo como aconteceu no período da colonização, ou da expansão bandeirante pelo nosso país, mas, o confronto simbólico e imaginário, e esses se dão entre o que está na realidade e o que se tem na mentalidade. Dessa maneira tem-se uma batalha dentro da mente das pessoas, isso se traduz na constante luta entre o bem (cristão) e o mal (herético). Que por sua vez é legitimado desde que a Europa impõe a formação cristã aos povos do Novo Mundo e que por sua vez tem efeitos na construção nacional do nosso país; perante isso temos julgamentos e interpretações de que: o homem não cristão é carregado do mal e que só pertencera ao bem o homem que protege os mesmos valores transmitidos pelo simbolismo cristão, desse modo transformando as culturas em uma só cultura, ou seja, européia cristã. Desse modo, atribuir aos vestígios indígenas deixados na rocha, o rótulo de um serem representação do mal, profano (pecaminoso), carregado de ritos considerados selvagens, demoníacos, feitiços que devem ser exorcizados e proibidos é apenas a confirmação e legitimação da mentalidade cristã.

O que nos chama a atenção para o tema, é o fato de as pessoas acreditarem fielmente, que nos locais gravados pelos índios, há uma manifestação sobrenatural e isso influi nas suas vidas, no seu cotidiano. Baseados nisso faremos um recorte cronológicos da década de 1960 a 1980, uma data não escolhida aleatoriamente, mas que traz grandes fatos para nossa discussão, como por exemplo, as entrevistas dos moradores que viveram nesse período e as fotos do local como já relatado. Seguindo os aspectos acima mencionados temos uma relação de poder e dominação que é firmada nas “produções visuais, mentais, verbais, onde são elaborados “sistemas simbólicos” diversificados e onde constroem-se “representações” (BARROS, 2005, p. 113). E essas

representações geram novas e antigas práticas que externam uma relação histórica que nos leva enquanto pesquisadores a compreendermos o processo de afirmação e negação de símbolos que valida uma cultura em detrimento da outra, ou seja, é a demonização do outro na afirmação do eu branco e cristão.

Partindo do que o professor Ataídes (1998) afirma, temos que o Brasil fora ocupado por populações caçadoras e coletoras que usavam instrumentos como dardo, arco e flecha. O Estado de Goiás entra para o estudo arqueológico a partir de 1970, aonde são encontrados populações indígenas de horticultores, caçadores e ceramistas. Com isto, “encontramos cerâmica nas localidades da microrregião do Rio Vermelho, que inclui municípios de Itapirapuã, Jussara, Aruanã, Britânia e Santa Fé de Goiás. As cerâmicas possuem semelhanças nas formas, ou seja, sem decoração” (GOMES, 2007, p. 02), e isso se faz uma evidência da passagem do indígena em Santa Fé de Goiás.

Outras evidências que nos são apresentadas, são os sítios arqueológicos que possuem os desenhos inscritos nas rochas, como é o caso do “Banco do Capeta” no município citado. Sendo o local do “Banco do Capeta” ordenado em forma de ferradura como defende Ataídes (1998) e Barbosa (1974) temos o registro empírico da passagem de tribos indígenas pela região do médio Araguaia e em específico, Santa Fé de Goiás. Os dois autores referenciados apontam que nas décadas de 1970 as tribos indígenas deixaram pela região registros dos elementos da sua cultura. Temos que “o estilo - de desenho - é caracterizado pela representação de geométricos e zoomórfos estilizadas em grandes dimensões. Gravuras semelhantes em lajedos são bastante comuns nas bacias do Araguaia e Tocantins” (BARBOSA, 1974, p. 34). Com essas evidências, percebemos que é o homem o responsável pelos desenhos nas rochas ou lajedos.

Entretanto, de acordo com Falcon (2000, p. 102) “o homem é um ser que busca o sentido e ao mesmo tempo cria este sentido, o qual nada mais é do que a ‘significação imaginária social’”. E é nessa construção que encontramos na história das ideias das instituições, das artes, da literatura, das mentalidades e dos movimentos políticos, sociais e religiosos o sentido buscado pelo homem, e que é caracterizado pela construção cultural sistematizada nas instituições políticas e religiosas.

E as instituições por sua vez, fragmentam a realidade e constroem verdades últimas e centralizadoras, onde “os sujeitos não têm outro papel”, se não o da submissão, e isso se torna uma constante em uma sociedade onde a oralidade tem grande influência, pois os ensinamentos são transmitidos de geração para geração e a oralidade repassa todo esse estado de crenças e verdades absolutas e inquestionáveis. E falamos isto com base na observação de instituições que trabalham com os controles ideológicos e culturais e entre elas encontra-se uma das maiores e antigas instituições, ou seja, a religião cristã e a Igreja Católica.

E paralelo a isso com a instituição acima mencionada, temos a mentalidade cristã, “estruturalmente carregada de conflitos, lutas entre o profano e o sagrado, o bem e o mal, que está presente em nossos dias” (GOMES, 2007, p. 04). Sendo a mentalidade o alimento da humanidade, devemos discutir e analisar as manifestações mágicas e religiosas que dão as características e práticas de cada época. Afinal “o homem não vive somente de pão, a história não tinha mesmo pão ela se alimenta senão de esqueletos agitados por uma dança macabra de autônomos” (LE GOFF, 1995, p. 77).

Segundo Gomes (2007), o estudo e o conhecimento das relações atuais, com as passadas, nos trás respostas, ou parte delas e isso para compreendermos as heranças das continuidades tradicionais que ainda persistem em nossa sociedade. A mentalidade de

um povo, traduz a forma particular deles pensar e agir e as instituições percebendo isso, tentam moldar as mentalidades do indivíduo, com o objetivo de ter uma maior dominação sobre a sociedade e dessa forma, os indivíduos serem mais fáceis de controlar, não oferecendo risco ao seu poder.

Segundo Ângela Maria Castro Gomes (1982), o homem do sertão que irá povoar o centro oeste, carrega consigo o seu passado cultural. Em Santa Fé de Goiás, teremos indivíduos que vêm no conjunto cerimonial indígena, um ser não cristão e carregado do mal. Com isso, cria-se um conflito simbólico que revive a constante luta entre o bem cristão e o mal pagão que se encarna no Diabo. Dessa forma, somos direcionados a pensar que o homem da modernidade e contemporaneidade carrega inconscientemente fragmentos da memória formada por diferentes estratos da sociedade tradicional. Na comunidade sertaneja isto é mais forte e constante, sabendo que Santa Fé de Goiás é fruto do processo de marcha para o oeste, idealizado pelo governo Vargas, que buscava preencher os espaços vazios do interior segundo Gomes (1982, p. 163). Assim, temos indivíduos de várias regiões do país que vêm para a região centro oeste e carregam consigo as suas concepções culturais e buscando ter melhores condições de vida e ao chegar a Santa Fé de Goiás encontram instituições que demonizam aquele que não é cristão.

E com isso “o essencial vem da difusão do cristianismo como religião e como ideologia dominante e do quase monopólio que a igreja conquista no domínio intelectual” (LE GOFF, 2003, p. 438). A cristianização da memória gira em torno de traços tradicionais que influem em nossa sociedade e nas relações humanísticas, onde o indígena e principalmente sua cultura são vista como fantasmagórica ou diabólica. Assim, segundo Gomes (2005), nesse município as pessoas ao mesmo tempo em que brincam dizendo que lá na Serra do Tira Pressa, no “Banco do Capeta”, não existe nada, elas demonstram certo receio de passar, ou mesmo de ir ao local do suposto banco. Pode ser uma lenda ou estórias, mas o essencial é que medo ainda persiste e o perigo de ser tentado e da sua alma ir para o inferno tem efeitos no seu comportamento e na sua forma de ver o outro, nesse caso o indígena.

Seguindo esse aspecto, notamos as instituições, os sistemas simbólicos como instrumento de conhecimento e de comunicação, para estruturarem dentro de sua ótica, uma ordem que é estabelecida como natural segundo Bourdieu (2001), isto com o objetivo de ajustar a sociedade de modo uniforme e dominada. O poder simbólico segundo Bourdieu é dotado da construção do real e estabelece uma ordem e um sentido imediato do mundo. A história do imaginário cristão trás consigo uma marca da cristianização européia do mundo, sendo esta re-significada pelo sertanejo como a eterna luta dos civilizados e cristianizados *versus* os bárbaros e pagãos.

A partir disso, observa-se a presença de certas continuidades. “É evidente a existência de um sistema de representações construído que transforma elementos naturais em algo sobrenatural. Então, assistimos a um conteúdo simbólico produzido de modo a articular o que é realidade, e o que é imaginado” segundo Gomes (2007, p. 05). A forma cultural que as pessoas da região classificam, apresentam, os vivos numa relação com o mundo do além-tumba, o universo invisível de seres sobrenaturais, ficção, magia e outros, são ferozmente de modo maniqueísta, levados a um combate sem trégua, como afirma Nogueira (2002). A luta entre o bem e o mal é datada logo após a criação do homem por Deus.

Analisando a história da mentalidade cristã, correlacionamos ao sentido dado às

condutas das pessoas no município de Santa Fé de Goiás, isso ao tratarem as inscrições na rocha como algo construído por entidades sobrenaturais, assimilando-as à figura do mal. E com tal fato, não temos nada além de um ato de reviver a mentalidade cristã. A atribuição das inscrições indígenas como sendo algo feito pelo Diabo valida a nossa afirmação e traduz as práticas representativas em ações reais e concretas.

Pautados em uma construção de uma doutrina única, temos a ideia de que o bem é fortificado em um Deus único e todo poderoso. E os fiéis partem da crença que os povos de tradições diferentes são a encarnação do mal na terra e neste caso o indígena, embora a nossa discussão se limite as suas inscrições deixadas na rocha. Para a mentalidade cristã que o Diabo é a causa de todos os tormentos, deve se combatê-lo e expulsá-lo da terra, isto para não causar nenhum mal à humanidade segundo Nogueira (2002). Ou então, que no mínimo seus seguidores convertam-se para serem salvos do mal que lhes persegui. De acordo com o que Bourdieu (2001) nos apresenta, dentro desse conjunto simbólico temos a ideologia como um conjunto de mitos que controlam a coletividade. A partir de Gomes (2007) a cultura dominante desenvolve ações e construções que contribuem para que as criações fictícias da sociedade estejam estabelecidas em ordem para que molde a consciência dos dominados. Assim, legitima o seu domínio sem distinção entre dominados e dominadores. O poder simbólico é invisível, mas, se materializa através das instituições para domesticar os dominados, ou a fração envolvida nas lutas de vida cotidiana, segundo Bourdieu (2001).

A partir dessas perspectivas, temos na ótica cristã, a cultura dita pagã é onde reside o Diabo e com isso a fé cristã irá concebê-la como algo perigoso e conceder poder para os seus fiéis para exorcizem outros seres humanos possuídos por esse agente do mal. E é privilégio de cada cristão combater e resistir ao mal; a cada vitória cristã há o prêmio de remeter o diabo ao inferno, e esse não tentar novos seres humanos segundo Nogueira (2002).

Tomando por base o texto de Gomes (2005), levantamos o seguinte exemplo para ficar mais esclarecedora a nossa discussão perante nosso objeto, a dos bandeirantes que ao penetrar no interior do território brasileiro, estava tendo suas ações justificadas: o seu combate era “justo” e necessário para a conquista de escravos e fiéis e o extermínio dos que demonstrassem resistência. E através desse exemplo-relação afirmamos a permanência de traços tradicionais na sociedade moderna. E isso, estimula a imaginação do homem a criar mitos, transformar a realidade em ficção. E esse aspecto está dentro da complexidade e cerimoniais da cultura popular. Labrousse nos fala o seguinte: “o social é mais lento que o econômico e o mental mais lento do que o social” (apud, LE GOFF, 1995, p. 69). Por isso há uma permanência, uma demora, uma lenta mudança na mentalidade.

Relacionado o que discutimos com o que Chartier (1995) apresenta, entenderemos que em Santa Fé de Goiás, o “Banco do Capeta”, faz parte da cultura popular do município e da região do médio Araguaia, pois a cultura popular está presente em qualquer ação humana, numa fala, na ação oral, comunitária e folclórica. É algo individual e ao mesmo tempo plural e livre. Temos desse modo, algo que desaparece e novamente reaparece. O verdadeiro problema não é datar seu desaparecimento supostamente irremediável, mas, entendermos que para cada época, existem relações complexas entre as formas impostas, constrangedoras e imperativas, que trazem identidades afirmadas que foram desenvolvidas, e reprime a cultura popular, isso devido ao trabalho de construção de uma cultura monolítica. Segundo Gomes (2007) atribuir à ação humana algo diabólico é fruto de uma mentalidade de luta entre o

Bem e o Mal, o sagrado contra o profano, um elemento dos dogmas cristãos.

Assim, reconhecemos as transformações dentro de cada sociedade em tempo e espaço, embora isso não signifique romper completamente as continuidades que atravessam os três séculos da idade moderna de acordo com Chatier (1995). Temos desse modo que a “literatura popular” e a “religião popular” não sejam radicalmente opostas ou diferenciadas da literatura e religião do clero, que impõe de modo único, seus repertórios e modelos; elas estão compartilhadas e presentes em diferentes meios sociais, além de não pertencer apenas aos ambientes populares, isso porque são ao mesmo tempo aculturadas e aculturantes.

Com isso, o que de fato nos importa não é sua repartição ou complexidade, o mais importante é sua apropriação pelos grupos de indivíduos que a inserem no seu cotidiano. Temos desse modo um discurso e um comportamento, que apresentam certo equívoco para com os desenhos da rocha, traduzindo certa ação na re-afirmação da mentalidade cristã voltada “para a relação de negação da produção cultural humana e a afirmação dogmática de elementos sobrenaturais” (GOMES, 2007, p. 06).

Diante do que está sendo discutido, notamos que as pessoas relacionam os pensamentos mitológicos, místicos e mágicos característicos da religião, como parte das práticas culturais da sua vida. E sendo a cultura um conjunto de valores materiais e espirituais criados e incorporados nas representações sociais como defende Sodré (2003), entendemos que a forma de agir e pensar de um povo e uma sociedade constroem a sua particularidade, com isso, em acordo com o nosso objeto, as pessoas do município de Santa Fé de Goiás não seriam diferentes de outros contextos temporais e espaciais. Entretanto, transformar o real e visível, na personalização do irreal e invisível e em algo do mal, ao mesmo tempo em que particulariza, generaliza o que temos como mentalidade cristã.

O conjunto de elementos ou desenhos na rocha é legitimado pela ação concreta do homem. E, no entanto, entender aquilo de outra forma é algo fruto daquilo que não lhes fora explicado de modo correto, ou supostamente verdadeiro. Pois em suas mentes estão gravados os elementos representativos de uma cultura cristã que traduz o exótico, o novo, o diferente como a representação da figura do Diabo.

Notem que a mentalidade cristã, apesar de estar em épocas e espaços diferentes, revive e traz traços tradicionais de longa data. Na entrevista cedida pelo Sr. Severiano temos o seguinte discurso: “eu vou chegar lá, agora vou pedir dinheiro pro diabo (...) o diabo mais rico que existir ai se quiser me dá dinheiro eu quero”. Segundo Gomes (2007), o Sr. Severino se posiciona no seu discurso de uma maneira que, quando você faz um pedido você será atendido e, nesse caso, pedindo dinheiro para o diabo o individuo será atendido. Sendo o diabo algo do campo metafísico, pois não tem corpo ou ocupa espaço físico, como alguém irá ganhar dinheiro ou mesmo ficar rico, como dizem as outras pessoas que foram entrevistadas? Temos assim elementos complexos onde a mente cria e dá vida e poder a um ser sobrenatural. Partindo na busca de repostas para várias reflexões, lançamos um olhar crítico e analítico, no qual percebemos que é atribuído à criação ou produção humana, algo invisível, mágico e imaginário; assim, temos uma enorme complexidade cultural, que de modo velado ainda estabelece princípios de dominação.

Em acordo com o que Falcon (2000) nos propõe sobre representações e simbolismo, entendemos que existe uma imprecisão ou indefinição das “formas simbólicas” acopladas as representações sociais que exige uma maior interpretação dos

fatos, neste caso e leitura dos símbolos geométricos, antropomorfos e zoomorfos. Assim, as representações sociais ou imaginárias, expressadas ou mesmo “materializadas” através de signos, símbolos, alegorias, sinais, emblemas e pensamentos, produzem um discurso voltado para preceitos cristãos, de ordem a promover um entendimento no mínimo equivocado e de inferiorização e subjugação das outras culturas.

Com tudo, na análise do discurso dos populares, encontramos o sobrenatural como instância constituinte da realidade popular. Os discursos são carregados de representações e ações que faz presente algo ou alguém que não esteja presente, ou seja, dar presença a alguma coisa ausente, a uma imagem por intermédio de uma ideia, a qual faz presente um objeto, e nesse caso, o encontro com o diabo, segundo Nogueira (2002). Com estes aspectos, o discurso dos moradores retoma uma memória de raízes antigas. O homem da zona rural tem uma mentalidade cristã voltada para um mundo tradicional, e isso é uma característica do sertanejo. Para este, o sertão forja sua auto-imagem, sua identidade, e também uma ideologia. Uma ideologia e uma identidade substancialmente mística de confronto ou interligamento entre a realidade e a fantasia. Seguindo esses aspectos, estamos diante de uma coletividade permeada por conteúdos simbólicos, onde o cristianismo preenche de modo dominante parte das representações populares. A mentalidade dogmática é cheia de superstições e preceitos que justificam o medo para o suposto mal, e esse, segundo os cristãos, está presente em todos os lugares. O pensamento popular é carregado dessas imagens e símbolos que traduzem a máscara ideológica que controla a sociedade com meios alienantes.

Referências Bibliográficas

ATAÍDES, Jésus Marco de. *Sob o signo da violência: colonizadores e Kayapó do Sul no Brasil Central*. Goiânia: UCG, 1998.

BARBOSA, Altair Sales. *Balanço da Arqueologia Brasileira – Goiás*. In: Anuário de Divulgação Científica. Goiânia: UCG. Instituto Goiano de Pré-História e Antropologia. V. 1, p. 25-35, 1974.

BLOCH, Marc. *Introdução à história*. Lisboa: Presença, 1972.

BORDIEU, Pierre. *O Poder Simbólico*. 4. Ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BRANDEL, Fernando. *Escritos Sobre a História*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

CHARTIER, Roger. *Cultura Popular: revisando um conceito historiográfico*. In: Estudos Históricos. Rio de Janeiro: vol. 8, n° 16, 1995.

FALCON, Francisco J. Calazans. *História e Representação*. In: Revista de História das Idéias, vol. 21. Cidade, 2000.

GOMES, Ângela Maria Castro. *A construção do Homem Novo: O Trabalhador Brasileiro*. In: *Estado Novo: Ideologia e Poder*. Rio de Janeiro: Zahar, 1982.

GOMES, Wilson de Sousa. *As Representações do Imaginário Cristão: debate acerca da interpretação cristã sobre o “Banco do Capeta” em santa Fé de Goiás de 1970 a 1980*. (Monografia de Graduação em Licenciatura Plena em História). Universidade Estadual de Goiás, Unidade Universitária de Jussara, 2005.

_____. *Cultura Popular: imaginário e representações acerca do “Banco do Capeta”*. In: III Simpósio Internacional: Cultura e Identidade. UFG, 2007.

LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre. *As mentalidades: uma história ambígua*. In: História: Novos Objetos. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

LE GOFF, Jacques. *Memória*. In: História e Memória. 5. ed. Campinas, SP: Unicamp, 2003.

NOGUEIRA, Carlos Roberto F. *O Diabo no imaginário cristão*. 2. Ed. Bauru, SP: EDUSC, 2002.

SODRÉ, NELSON Werneck. *Síntese Histórica da Cultura Brasileira*. 20º ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

Entrevistas Concedidas

CAVAZZUTTI, Francisco. Entrevista concedida a Wilson de Sousa Gomes. Itapirapuã, 04/11/2005.

DIAS, Ângelo Sigueira. Entrevista concedida a Wilson de Sousa Gomes. Santa Fé de Goiás, 12/10/2005.

JOSÉ, Jorcelino. Entrevista concedida a Wilson de Sousa Gomes. Santa Fé de Goiás, 12/10/2005.

LISBOA, Rael Ferreira de. Entrevista concedida Aparecida Neuzeni G. Bueno e Cleuza Divina de Carvalho. Santa Fé de Goiás, 17/10/2004.

SILVA, Severiano Bispo da. Entrevista concedida a Wilson de Sousa Gomes. Santa Fé de Goiás, 12/10/2005.

Wilson de Sousa Gomes

Professor da Universidade Estadual de Goiás,
Unidade Universitária de Jussara.