

A REPRESENTAÇÃO DO HERÓI BRASILEIRO NA MÍDIA IMPRESSA

Maria Luceli Faria Batistote¹

Luciana Garcia Gabas Coelho²

Resumo: O personagem mítico, protagonista de obras ficcionais, permeia a realidade humana e traz à tona anseios e desejos das pessoas comuns. A figura do herói e sua representação, embasada no conceito filosófico de mito, é tema deste artigo, que tem como *corpus* de análise a capa da revista *Veja*, publicada em 10 de novembro de 2010, em que o protagonista do filme *Tropa de Elite*, capitão Nascimento, é considerado o primeiro super-herói brasileiro. A análise é elaborada com base na semiótica discursiva francesa, proposta por A. J. Greimas (s/d), e aborda os conceitos de semissimbolismo, figurativização e intertextualidade, que serão aplicados ao texto sincrético selecionado. Na abordagem dessa teoria a significação dos elementos da linguagem verbal e não verbal configuram-se a fim de tecer a composição do texto visual. A ideia da existência de um salvador para, se não todos, grande parte dos problemas que enfrentamos cotidianamente, aguça o imaginário das pessoas e nos faz acreditar na possibilidade da transformação de homens em heróis.

Palavras-chave: representação, semiótica francesa, mídia impressa.

O Herói na mídia impressa

¹ Docente dos Programas de Mestrado em Estudos de Linguagens e Mestrado em Comunicação. CCHS-UFMS. Coordenadora do Grupo de Pesquisa de Semiótica em Mato Grosso do Sul (SEMIOMS).

² Mestranda do Programa de Mestrado em Estudos de Linguagens. CCHS-UFMS. Integrante do Grupo de Pesquisa de Semiótica em Mato Grosso do Sul (SEMIOMS).

A ideia da existência de um salvador para, se não todos grande parte dos problemas que enfrentamos cotidianamente, aguça o imaginário das pessoas e nos faz acreditar na possibilidade da transformação de homens em heróis.

O personagem mítico dotado de poder, protagonista de obras ficcionais, permeia a realidade humana e traz à tona anseios e desejos das pessoas comuns, ávidas pela solução de problemas que atingem a coletividade; encontrando nos meios midiáticos - rádio, TV, jornal, revista, etc - os canais para a propagação de suas ações e a consolidação da figura do herói.

A construção da imagem do herói é o tema deste artigo, desenvolvido a partir da análise de elementos que compõem a capa da revista *Veja*, publicada em 10 de novembro de 2010, ilustrada pelo personagem capitão Nascimento, do filme *Tropa de Elite*, considerado pela publicação o primeiro super-herói brasileiro.

Elaborado com base no conceito filosófico de mito e na semiótica discursiva francesa, proposta por A. J. Greimas (s/d), o estudo aborda os conceitos de semissymbolismo, figurativização e intertextualidade, que serão aplicados ao texto sincrético selecionado.

Na abordagem dessa teoria a significação dos elementos da linguagem verbal e não verbal configuram-se a fim de tecer a composição do texto visual.

Um olhar sobre o mito

A historiadora francesa Colette Annequin apresenta o mito “sempre como uma reflexão profunda sobre a condição do homem, suas preocupações e agonias” (2007, p.4). Nesse sentido personagens ficcionais, que apresentam semelhanças com pessoas comuns, mas se destacam por alguma virtude distinta tornam-se heróis no cinema e nos meios de comunicação.

A mitologia clássica retrata os heróis, em geral, como homens, filhos da união entre deuses e mortais, portadores de qualidades sobre-humanas em graus variáveis. São essas qualidades que o diferenciam das pessoas comuns, mesmo que possuam algumas semelhanças. “Os heróis são a nossa *persona* no mundo dos mitos e constituem expressões da nossa psique coletiva³, primeiro como culturas, depois como espécie” (LEEMING, 2004, p. 145). Por *persona*, entendemos a máscara adotada pela pessoa em resposta às demandas das convenções e das tradições sociais e às suas próprias necessidades arquetípicas internas (Jung, 1945, *apud* HALL, LINDZEY, CAMPBELL, 2000, p.91).

Assim como os heróis da Antiguidade, descritos como corajosos guerreiros que se destacavam em batalhas e sobreviviam a odisséias, os heróis da atualidade possuem características que sobressaem à coletividade e, também, refletem um desejo latente dos indivíduos.

No dicionário Michaelis, o verbete mito ou *mythos*, do grego, é, em uma das acepções, apresentado como uma fábula que relata a história dos deuses, semideuses e

³ É o reservatório de traços de memória latente herdados do nosso passado ancestral que inclui os seres mais primitivos. É o resíduo psíquico do desenvolvimento evolutivo humano, que se acumula em consequência de repetidas experiências ao longo de muitas gerações. Todos os seres humanos têm mais ou menos o mesmo inconsciente coletivo (HALL, LINDZEY, CAMPBELL, 2000, p.88)

heróis da Antiguidade pagã. Considerando que a exposição simbólica de um fato nos remete ao conceito filosófico de mito, recorremos a Eliade, ao afirmar que o mito não trata não apenas da origem do mundo, dos animais, das plantas e do homem. Outrossim, de todos os acontecimentos primordiais, em consequência dos quais o homem se converteu no que é hoje: “um ser mortal, sexuado, organizado em sociedade, obrigado a trabalhar para viver, e trabalhando de acordo com determinadas regras” (2007, p.16).

Para o autor, a sua principal função é revelar os modelos, exemplos de todos os ritos e atividades humanas como a alimentação, o casamento, o trabalho, a educação, a arte ou a sabedoria. Nas narrativas mitológicas, deuses e heróis personificam valores e qualidades; e recebem atribuições de ordem celeste e terrena.

Ao contrário de como era tratado no século XIX, quando era utilizado no sentido de fábula, invenção ou ficção, a partir do século XX, os eruditos ocidentais passaram a aceitar esse termo como uma história verdadeira, extremamente preciosa por seu caráter sagrado, exemplar e significativo (Eliade, 2007, p.7). É, pois, nessa nova concepção de mito que se enquadra o herói contemporâneo, tema deste artigo.

Da análise

A capa da revista *Veja* selecionada para este estudo (anexo 1) é um texto sincrético que comporta, no plano de expressão, linguagem não-verbal e linguagem verbal. Em uma mesma página, imagem e texto se sobrepõem e se complementam para dar forma ao conteúdo da mensagem.

A relação existente entre categorias do plano de expressão e do plano de conteúdo é chamada de semissimbólica. Segundo Pietroforte (2010), essa relação é arbitrária porque é fixada em determinado contexto, mas é motivada pela ligação estabelecida entre os dois planos da linguagem.

O efeito de sentido do texto sincrético é provocado pela intertextualidade, que, segundo Greimas, implica a existência de semióticas (ou de discursos) autônomas no interior das quais se sucedem processos de construção, de reprodução ou de transformação de modelos, mais ou menos implícitos (GREIMAS, COURTÉS, 2008, p.272).

Na análise proposta, tendo como *corpus* a capa selecionada da revista, é possível identificar no plano de expressão, elementos que denotam a oposição semântica *caos vs ordem* e que também se configuram como valores no nível fundamental do percurso gerativo de sentido, no plano de conteúdo.

No entanto, acreditamos que, por se tratar de texto visual (sobretudo icônico), o que atrai o leitor, inicialmente, são as figuras (os atores, os elementos da cena) que dão materialidade aos temas subjacentes. Segundo Greimas & Courtés (2008, p. 496), há dois níveis de figurativização: o primeiro é a figurativização propriamente dita, ou seja, o nível da instalação das figuras semióticas; o segundo, chamado de iconização, “visa revestir exaustivamente as figuras, de forma a produzir a ilusão referencial que as transformaria em imagens do mundo”.

Com a finalidade de esclarecer nosso leitor, apontamos que **temas** são elementos abstratos que justificam, ordenam, categorizam a realidade, enquanto **figuras** são elementos concretos que remetem ao mundo natural (ou construído como tal). Todos os textos, no nível discursivo, revestem os

esquemas narrativos com temas, podendo concretizá-los ainda mais por meio de figuras. Temos, portanto, textos predominantemente temáticos (textos científicos, por exemplo) e textos preponderantemente figurativos (textos literários, por exemplo), que criam, dessa forma, um simulacro do mundo. Não podemos perder de vista, nesse último caso, que para entender as figuras disseminadas ao longo do texto, é preciso apreender os temas que as iluminam (cf. FIORIN, 1989).

Nessa perspectiva, não vemos como analisar o plano de expressão sem remetê-lo também ao nível discursivo ou, mais especificamente, aos temas e figuras que se articulam no nível mais superficial do percurso gerativo de sentido. Lembramos que Fiorin (1999) toma as relações semissimbólicas como incidindo sobre todos os níveis do percurso gerativo – e não apenas sobre o nível mais profundo –, posição com a qual concordamos.

Em vista disso, examinaremos, as imagens (textos não verbais/visuais) por meio de uma abordagem que explora, na relação conteúdo/expressão, além do nível fundamental, o discursivo (com seus temas e figuras). Tal proposta inclui ainda a apreensão das relações semissimbólicas que se instauram entre os dois planos, quando isso se mostrar relevante para a construção de sentido do texto em análise.

No plano de expressão, apresenta-se um cenário caótico, em que a figura do protagonista do filme *Tropa de Elite*, capitão Nascimento, demonstra um olhar fixo e determinado. Na mão, segura um rádio *walkie talkie*, indicando que uma das armas usadas por ele para acabar com os bandidos e a corrupção é a comunicação. O objeto também confere a conotação de personagem humanizado. O sentido da imagem é

complementado pelo primeiro texto que compõem o título: Ele é incorruptível, implacável com bandidos e espanca corruptos degenerados.

A farda faz referência ao primeiro filme, no qual o personagem era capitão do Batalhão de Operações Policiais Especiais (Bope). No segundo filme o capitão Nascimento é alçado à esfera do poder executivo como secretário de Segurança Pública, posto em que enfrenta a corrupção de políticos.

O uniforme, além de trazer informações da primeira filmografia, na qual o herói começou a ser construído, também caracteriza toda uma classe de profissionais que se dedicam a combater o crime. Contudo, mesmo que este seja o dever dos policiais, nem todos são exemplos de caráter e conduta. Entre eles, o capitão Nascimento se sobressai por suas virtudes (poderes) e é transformado em herói.

É no segundo filme, quando além de combater bandidos, ele também precisa enfrentar políticos corruptos, que o personagem reforça a figura do herói. A escolha do ator Wagner Moura, típico brasileiro comum, com olhos e cabelos castanhos, também contribui para a identificação do público com o personagem.

A composição da imagem, no plano de expressão, com o título - O primeiro super-herói brasileiro - destacado pela cor alaranjada e pelo tamanho da fonte, complementa o efeito de sentido produzido. As virtudes determinantes para a construção da figura do herói são reforçadas no texto verbal, no enunciado apresentado, logo, acima do título “Ele é incorruptível, implacável com bandidos e espanca políticos degenerados”.

No rodapé da página, o enunciatório é questionado sobre a mensagem que os 10,8 milhões de brasileiros, que viram e aplaudiram o filme do diretor José Padilha, querem passar à esfera política do país sobre a intolerância à corrupção na política e aos bandidos que geram insegurança à população.

Ainda no plano de expressão, a categoria semântica mínima do plano de conteúdo, *segurança vs medo*, é explicitada com as imagens da farda militar e do cenário caótico que compõem a totalidade da capa. O nome do personagem- Nascimento- gravado em tom claro no uniforme contrasta com a cor escura do tecido e sugere a transformação que deve acontecer após a atuação do herói. A palavra também sugere uma complementação para o título da capa, “o nascimento” do primeiro super-herói brasileiro.

Produzindo um efeito de fim

Com a análise semiótica fundamentada nos conceitos de semissimbolismo, figurativização e intertextualidade realizada neste estudo, tendo como *corpus* a capa da revista Veja com o personagem do filme Tropa de Elite associado à figura do herói, no gênero capa de revista depende-se a complementação das informações veiculadas nos dois planos: o de expressão e o de conteúdo.

A composição de elementos da linguagem verbal e não-verbal possibilitou a construção de um texto visual gerando vida ao personagem do filme. Portador de virtudes consideradas incomuns dentro da corporação policial e no meio político, o capitão Nascimento pode ser alçado à

categoria de herói. A imagem construída se apóia no público atraído para as salas de cinema que viram o filme, cerca de 10,8 milhões de pessoas.

Na falta de mitos, de deuses, podemos misturar os papéis linguageiros e sociais de uns e de outros, ajudados pela força das mídias para construí-los.

Em suma, a mídia impressa analisada apresenta um herói configurado como aquele que não goza naturalmente da imortalidade divina, no entanto permite o vislumbre de conservar até a morte um poder sobrenatural. E isso decorre do fato da primeira conquista ser sobre si mesmo.

Referências

ANNEQUIN, Colette. *Dieux et héros de La mytologie*. Paris: First Editions, 2007.

ELIADE, Mircea. *Mito e Realidade*; tradução Pola Civelli. São Paulo: Perspectiva, 2007.

FIORIN, José Luiz. *Elementos de análise do discurso*. São Paulo: Ática, 1989.

_____. Três questões sobre a relação entre expressão e conteúdo. *Itinerários*. Número especial, p. 77-89, 1999.

GREIMAS, A.J. e COURTÉS, J. *Dicionário de Semiótica*. São Paulo: Contexto, 2008.

HALL, Calvin S.; LINDZEY, Gardner e CAMPBELL, John B. *Teorias da personalidade*; tradução Maria Adriana Veríssimo Veronese. Porto Alegre: Artes médicas Sul, 2000.

LEEMING, David Adams. *Do Olimpo a Camelot: um panorama da mitologia européia*; tradução Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004.

MICHAELIS, Disponível em <
<http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=mito>> Acesso em 17/03/2012.

PIETROFORTE, Antonio Vicente. *Semiótica Visual*. São Paulo: Contexto, 2010.

VEJA, Revista. Edição 2124 de 05/08/2009. Disponível em <
<http://veja.abril.com.br/acervodigital>> Acesso em 24/03/2011.

Anexo 1

Edição 2190, publicada em 10 de novembro de 2010.



1 Este artigo é uma versão revista e ampliada do artigo e resumo publicados nos Anais do *XII Congresso da ABRALIC* [vide item **Referências**], visto que uma das publicações citadas difere sensivelmente do que foi enviado pelo autor à Associação no mês de agosto de 2011. De forma que os enganos cometidos pela instituição em questão sejam reparados, apresento aqui uma nova versão do artigo e do resumo.

Dedico este artigo à **Renata Emily Fonseca Rodrigues**, irmã que a vida me proporcionou com muito carinho e uma das mulheres mais intensas que esta vida jamais viu. Aproveito também para fazer um profundo agradecimento ao eterno amigo **Nilton M. Serra** por ter sugerido o mote e por ser o primeiro leitor (e crítico audaz) da versão final do trabalho que aqui se apresenta.

2 É importante ressaltar que Joyce se utilizou deste mesmo procedimento antes de Woolf em *Ulisses* (1922), que foi enviado à Hogarth Press (editora fundada por Virginia e por seu marido, Leonard Woolf, anos antes) no dia 24 de abril de 1917. No entanto, o manuscrito

foi recusado devido ao fato de ser excessivamente extenso para os padrões do que os Woolf poderiam publicar naquela época, visto que a editora iniciou suas atividades de forma meramente artesanal (cf. Lemasson, 2011: 109).

3 Ao encontrar este amigo de infância, Clarissa lhe confia uma opinião que salienta a importância do cenário urbano para o romance (e para a própria Virginia Woolf): “Gosto de passear por Londres. Sempre é melhor do que passear pelo campo” (Woolf, 1980: 9).

4 A descrição do personagem feita por Virginia Woolf, no início da narrativa, já indicava a aniquilação deste por causa dos males do conflito armado: “Septimus Warren Smith, de cerca de trinta anos, pálido, nariz aquilino, sapatos amarelos e sobretudo puído, de olhos claros, com esse olhar desconfiado que inspira desconfiança aos demais” (Woolf, 1980: 17).

5 Uma das características mais marcantes da mãe de Virginia, Julia Stephen, era a de ser uma exímia anfitriã. Já seu pai, o intelectual e escritor Leslie Stephen, era influente e respeitado pela intelligentsia inglesa e seus colegas da Universidade de Cambridge. Tais fatos fizeram com que os Stephen tivessem uma vida social intensa (cf. Lemasson, 2011: 74).

6 O espectador-leitor já tem noção de parte da importância destes personagens em 10 minutos de filme, enquanto os leitores do romance ainda estão na metade da “caminhada” de Clarissa ao se depararem com a décima página de *Mrs. Dalloway*, por exemplo.

7 Ao ver o marido se afastar antes de repousar no meio daquela fatídica tarde de junho, Clarissa pensou sobre a relação dos dois: “Há uma dignidade nas pessoas; uma solidão; até entre marido e mulher, um abismo [grifo nosso]; mas que se devia respeitar (...)” (Woolf, 1980: 116).

8 Nesta ocasião, Sally diz a Peter Walsh, em tom conclusivo, que “todos os relacionamentos são apenas riscos nas superfícies”, evidenciando a ausência de afinidades entre muitos casais, por exemplo.

9 O trecho final do romance de Virginia Woolf evidencia a decisão da autora de deixar para a imaginação do leitor o que aconteceria entre Clarissa e Peter depois que ela o encontrasse na biblioteca da casa dos Dalloway:

“– Eu também vou – disse Peter [a Sally Seton], mas deixou-se ficar sentado, um momento. Mas que terror é este? pensou consigo, Que êxtase me vem? Que é que me enche de tão extraordinária excitação?”

É Clarissa, descobriu.

Pois ela ali estava.” (Woolf, 1980: 187)

10 É importante salientar que a obra literária de Virginia Woolf passou a ter uma comunidade mais extensa de leitores após a publicação de *As Horas*, aclamado (e belíssimo) romance do escritor norte-americano Michael Cunningham, cuja trama relata o cotidiano de três mulheres que vivem em épocas diferentes e que foram, cada uma à sua maneira, intensamente marcadas por Mrs. Dalloway: a primeira é Clarissa Vaughan, renomada editora de Nova York; a segunda é Laura Brown, dona de casa norte-americana que vivia atormentada entre o desejo de uma paixão impossível e as limitações de sua vida marital no limiar dos anos 1950; a terceira personagem, não menos importante, é a própria Virginia Woolf, que começa a escrita de seu quarto romance em Richmond, em 1923. A transposição desta obra para o cinema feita pelo diretor Stephen Daldry e pelo roteirista David Hare (além das atuações primorosas das atrizes Meryl Streep, Juliane Moore e Nicole Kidman), no ano de 2002, também merece destaque para o fato de que muitos (inclusive o autor destas linhas) passaram a demonstrar interesse pelo universo literário de Woolf a partir da merecidíssima consagração desta película.

¹ Professor Formador do Cefapro, na área de linguagem, Tangará da Serra. Mestrado em Estudos Literários PPGEL/UNEMAT, e-mail: claudiomarp@hotmail.com.

¹ De acordo com a teoria de Jung a *Energia psíquica* e *libido* são sinônimos. Libido é apetite, é instinto permanente de vida que se manifesta pela fome, sede, sexualidade, agressividade, necessidades e interesses os mais diversos.
