# Militarismo
# A influência do mito na formação da identidade e imagem dos exércitos[1]

Sílvia Lúcia Pereira DUARTE[2]
Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

## Resumo

A organização da vida em sociedade e a manutenção da coesão do grupo cria a necessidade do desenvolvimento de crenças e valores disseminados por todas as formas de comunicação. O mito influencia o atingimento destes objetivos orientando a postura individual para aproximar-se do comportamento esperado pelo grupo, com estreita conexão ao indivíduo. O presente trabalho pretende utilizar os estudos de Barthes sobre os mitos para traçar um paralelo com os costumes e patronos militares; para isso foi realizada uma análise de textos do autor combinados com publicações de diversos autores e do Exército Brasileiro que tratam do tema. Conclui que a instituição ao longo dos anos criou e manteve diversas figuras que se confundem com expressões idiomáticas, ressaltando a importância da comunicação na manutenção da imagem institucional e dos mitos relacionados a ela.
Palavras-chave: comunicação e poder; cultura; imagem institucional; mito; militarismo.

## Introdução

Em primeira ordem faz-se necessário traçar um paralelo, uma análise antropológica da organização social, do homem/animal, cultura/natureza. Desde o momento que passa a organizar-se em grupos ao redor do fogo, determinando funções e atribuições a cada um de seus membros, os primórdios da vida em sociedade como conhecemos.

> A cultura reúne em si um duplo capital: por um lado, um capital técnico e cognitivo – de saberes e de conhecimentos – que pode ser transmitido, em princípio, a toda e qualquer sociedade, por outro lado um capital específico que constitui as características de sua identidade original e alimenta uma comunidade singular por referências a seus antepassados, seus mortos, suas tradições (MORIN,1976, p. 170).

Ao imaginar o exército com seus preceitos e sua heráldica visualiza-se o culto aos rituais e às tradições na sua mais pura representação e manutenção, baseando seus preceitos em ideias míticas que para ressaltar os ideais atávicos ao ser humano precisam

[1] Trabalho apresentado no GP Comunicação, Imagem e Imaginários, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

[2] Mestranda do Curso de Comunicação na Contemporaneidade da FCL, e-mail: silvialpduarte@gmail.com.

da identificação com o imaginário transformando-o em real pela utilização das imagens e da comunicação. A vida militar reveste-se do mito do herói, do protetor, do líder, do conquistador, do vitorioso, do indivíduo que transcende seus próprios medos em prol de um bem maior e social e da doação integral da existência em favor de sua comunidade. Segundo Goffman (2002) o indivíduo diante de outros tende a incorporar e exemplificar os valores oficialmente reconhecidos pela sociedade. Esta característica é maximizada em instituições perenes e esperada de seus integrantes pelos mais diversos segmentos da sociedade.

Desde épocas remotas a vida em sociedade criou conflitos entre os diversos clãs, povos, tribos, impérios e nações, que disputavam riquezas, conhecimentos, territórios, rotas comerciais, além de diferentes ideologias religiosas e sociais. Neste contexto como forma de motivar e mover seus integrantes e afugentar e demonstrar força a seus inimigos, diferentes adversários. criaram a figura mítica.

A partir desta análise em consonância com a ótica semiológica de Barthes, conceitos antropológicos de Morin e da ecologia das mídias este trabalho propõem-se a discutir e refletir sobre os mitos que compõe a vida militar através dos tempos, sua implicação na história da humanidade, como o despertar de uma nova consciência derruba-os ou perpetua-os e as formas de disseminação através dos tempos.

## Identidade e imagem

Os Mitos seriam, então, a expressão deste sentimento, pois desde os primórdios da organização social do homo sapiens explorado pelos dominantes são utilizados como uma forma de manter a ordem social vigente. Embora a atualidade possua toda estrutura tecnologia o sapiens tem as mesmas necessidades do início da sua socialização, baseados em ideias do Morim podemos pensar que os “Sapiens-Demens” com uma afetividade imensa e instável e necessitando de padrões comportamentais capazes de domar seus desejos, relações e objetivos, por isso o anseio de integrar uma instituição capaz de pasteurizar as diferenças individuais

“Dissimular é fingir não ter o que se tem. Simular é fingir ter o que não se tem. O primeiro refere-se a uma presença, o segundo a uma ausência. Mas é mais complicado, pois simular não é fingir” (BAUDRILLARD, 1991, p. 9). Criar mitos passa pela simulação, estipula uma escala de valores para as ideias. Os exércitos sempre trabalharam

e incentivaram a figura mítica e a simulação. Desta forma criando a escala de valor própria a sua necessidade de manutenção e motivação. O mito militar está tão intrínseco na convivência em sociedade que a própria palavra história tem nele sua origem. Os relatos iniciam nos embates entre humanos e deuses, seres mitológicos, que desafiam a vida terrena. Mais tarde as guerras entre oponentes humanos permeiam o imaginário e originam o mito do vencedor, do imbatível, de superioridade de uma determinada etnia, os feitos militares moldam culturas, criam o sentimento de pertencimento e união a um objetivo real ou virtual. Pode-se, também, imaginar as guerras santas e o mito da aproximação com o sagrado, onde a recompensa da doação integral passa pelo imaginário de uma vida no "paraíso". "Não podemos imaginá-lo pois o virtual caracteriza-se por não somente eliminar a realidade, mas também a imaginação do real, do político, do social – não somente a realidade do tempo, mas a imaginação do passado e do futuro" (BAUDRILLARD, 1997, p. 71).

O que dizer dos treinamentos militares, onde os alunos são levados ao limite mantendo uma disciplina dita consciente baseada no mito da sobrevivência do mais forte e mais apto, as simulações de situações de risco de estresse físico e psicológico, o medo dos que estão para ingressar na vida militar de não se adequar, de não corresponder às expectativas. Desde que o ser humano começou sua vida em sociedade este foi um ritual de passagem para vida adulta separando os homens dos meninos; no exército este ritual permeia a cultura, a identidade e a imagem da instituição. Pode-se entender a identidade como o conjunto de hábitos de uma organização enquanto a imagem está diretamente relacionada à percepção da organização no espaço social.

Atividades simbólicas, por vezes com características motivacionais, ressaltam em um só momento todas as lições apreendidas e várias características evidenciam-se movimentos, aparentemente, simples e repetitivos. Sendo uma linguagem com significados tão específicos, uma nova língua só compreendida na caserna. Fica novamente a interrogação: a quem e a o que motivam?

Estas representações exteriores das qualificações de um indivíduo, remetem ao homo-ludens, como um jogo vão representando as relações e interações comunicacionais e sua necessidade de representação visual do mundo exterior.

## Cultura, política e tradição

"Assim uma identidade cultural, nessa perspectiva, é um ato político, e Nayar procura justamente entender de que maneira as estruturas do ciberespaço e das mídias digitais interferem nesse processo" (MARTINO, 2015, p.50). Se por um lado a tradição facilita a percepção da identidade cultural, o advento das mídias digitais e das tecnologias modernas leva a propagação por todos os lugares e de todas as formas.

> Nas sociedades primáticas mais avançadas, a complexidade social, conforme já vimos, perpetua-se a partir da combinação de disposições, até mesmo de comportamentos inatos, da ação das inter-relações entre indivíduos e grupos (em especial relações de dominação/subordinação), de aprendizados miméticos no seio da sociedade (MORIN, 1976, p. 81).

Especificamente em instituições que utilizam a tradição e mantém seus costumes através dos tempos os arquétipos revestem-se de importância pois remetem a desejos e percepções do espaço social baseados na hegemonia simbólica das práticas, ações e representações "De certa maneira, os arquétipos são um repertório de imagens e temas comuns à experiência humana que se manifestam de forma simbólica no inconsciente coletivo[...]. O arquétipo é uma história uma narrativa" (MARTINO, 2014, p.240). Narrativas históricas abrangendo a experiência humana mantém os mitos vivos e constantes na sociedade, não deixando ao espectador espaço para a contestação ou desconfiança já que o espetáculo produzido não permite o questionamento. A ideia de "sociedade do espetáculo" pode ser aplicada na criação de mitos pelas relações sociais mediadas pela troca de imagens e de conceitos, principalmente se pensarmos numa época em que não havia meios de comunicação de massa ou redes sociais.

## Mito, mensagem e imaginário

A existência de outro ser que possa salvar, redimir uma situação crítica gera um conforto e aceitação no homem comum, desta forma o mito tem um papel na manutenção da ordem social vigente.

"O mito é um sistema de comunicação, é uma mensagem" (BARTHES, 1980, p.131). Então como um sistema de comunicação o mito pode ser criado e adequado ao momento, deixando de ser uma escolha racional na maior parte das vezes para ser uma

opção sentimental, então do simulacro sentido como parte do real. Sem tempo para analisar como os mitos criados influenciam na forma de pensar e agir, o indivíduo reedita velhos hábitos sem perceber as ideias previamente concebidas e perpetuadas em suas ações e pensamentos. A realidade sensorial do mito estabelece todo um sistema de crenças e valores, porém estas crenças e valores só apresentam sentido dentro do contexto implícito, nesse sentido, segundo Barthes, pode-se dizer que a característica fundamental do conceito mítico, é a de ser apropriado.

> Na realidade aquilo que permite ao leitor consumir o mito inocentemente é o fato de ele não ver no mito um sistema semiológico, mas sim um sistema indutivo[...]relações naturais[...]o consumidor do mito considera a significação como um sistema de fatos (BARTHES, 1980, p.152).

Desta forma "o significado é entendido como uma resposta a um estímulo e pode assumir a forma de comportamento" (STRATE; BRAGA; LEVINSON, 2019, p.102) Por tratar-se de um deslocamento de sentido o significante é compreendido de forma diferente em cada momento histórico e em cada representação social e cultural.

As instituições tradicionais, na qual o exército está inserido, compõe o imaginário, utilizando o mito para motivar seus integrantes, seus apoiadores e seguidores. Na atualidade por viver numa era em que a comunicação e principalmente as redes sociais são um diferencial na interação com os públicos. A criação de representações míticas foi bastante facilitada com as novas tecnologias pois estas permitem uma disseminação instantânea das ideias propagadas, criando e extinguindo mitos. "É possível afirmar que o mito, mesmo possuindo intencionalidade, não se aproxima de teorias como *agenda setting* ou *fake news*, assim, inicialmente é possível encará-lo como um reflexo da sociedade" (IRERÊ, 2019, p.2). O mito é percebido temporalmente e modificado com as ressignificações da sociedade, não é uma inverdade e sim uma inflexão da verdade, uma verdade com várias faces, tendo similaridade com a comunicação; então, os mitos podem ser criados a partir de necessidades, ansiedades, desejos, fragilidades e sonhos, levando a conquista de um objetivo, suplantando medos reais ou imaginários, criando o desejo de superação ou inibindo comportamentos ativos.

A atividade militar possui em si características míticas permeando a imaginação, a criação de conotações diversas do signo, seu deslocamento semiológico com significante válido e inteligível para uma parte da sociedade e em determinado tempo, porém no exército, percebe-se a manutenção desse signo no passar dos anos, pela postura

de manter e ressaltar as tradições que a instituição possui. Os patronos são uma representação personificada de atributos considerados importantes e fundamentais para a vida na caserna. Ressalta-se que os exércitos foram criados para a defesa e um possível confronto necessitando de motivação para a perda do medo da batalha, por isso os mitos movimentam as massas para as ações necessárias em tempo de conflito, suplantando os desejos individuais.

> A mais autêntica homenagem que se pode prestar aos grandes vultos da Pátria é manter viva a lembrança de seus feitos, interpretar os acontecimentos de que participaram e recolher os dignos exemplos que nos legaram. As magistrais lições que emanam de suas incomuns existências constituem a imortal seiva que robustece crenças, revigora forças para a travessia do presente e inspira a busca do futuro (EXÉRCITO BRASILEIRO, sem data, on-line).

O mito do herói, do defensor de sua nação, sua terra, família, descendência e tradição traduzido em seus patronos, seus líderes por natureza e delegação, incentivando os novos integrantes a respeitarem os valores institucionais motivando-os a assumir certos posicionamentos, um exemplo claro: fulano é Caxias. Uma referência ao Patrono do Exército Brasileiro, dito como uma pessoa de princípios, preocupado com suas responsabilidades independente do ônus pessoal que lhe custem. Estes "vultos" tradicionais e seus exemplos inspiram os militares. A própria concepção de liderança ecoa sobre as figuras míticas, um fato relevante para a glória de um povo ressaltando atributos de um determinado personagem muitas vezes relevando características não tão "nobres" quanto as necessárias a estória contada.

## Poder, valores e racionalidade

Os mitos através dos tempos foram usados de todas as formas possíveis e neste trabalho pretende-se discutir como os mitos são o descolamento dos significados e que fazem sentido em suas épocas e para uma determinada fração da sociedade. Manipulando além do limite da razão.

> Poder, linguagem, historicidade cultural, composição estrutural, signo e mito são conceitos recolhidos das obras de Barthes resumidos aqui de forma a permitir uma base mais filosófica sobre a metodologia semiológica do autor.
> [...]O mito das "três raças" que formam o Brasil, a "epopéia da construção de Brasília", o nordestino como "exemplo de comediante", o paulista como "exemplo de empresário", a mulher "bela, recatada e do lar", parecem normais, inofensivos.

> Entretanto, essas expressões são reflexos do poder, da necessidade de distinção (IRERÊ, 2019, p.2).

Na citação acima percebe-se o deslocamento de uma determinada afirmação para criar uma ideia generalista, segundo o autor os mitos possibilitam este deslocamento do significado, o grande risco desta generalização é criar um conceito prévio sobre determinado grupo ou indivíduo reduzindo as várias possibilidades de um ser.

Quanto as colocações do exército verifica-se de forma empírica o posicionamento da grande maioria dos seus membros na generalização de conceitos, atitudes e posicionamentos, o que por um lado favorece a manutenção das tradições porém dificulta e retarda a adoção de novas posturas e inserção ágil no tocante as mídias sociais e a comunicação em geral. De certa forma estas características auxiliam a manutenção dos pilares da instituição, que seriam a hierarquia e a disciplina.

Um fator importante para o mito é a disseminação e fácil observação e as imagens são mecanismos facilitadores da representação e repercussão psicossocial viabilizando a instantânea criação de conceitos por isso na sociedade contemporânea a comunicação visual representa um fator de decisão e simulação sendo rapidamente percebida por todos por meio das tecnologias digitais. A contemporaneidade com sua rápida veiculação e sua volatilidade é um desafio para instituições calcadas na administração centralizada, muitas vezes esta centralização retarda a interação nas redes sociais, quando se torna necessário uma pronta resposta e até mesmo uma identificação com uma figura humana, o que é impossibilitado pela perenidade da instituição que necessita manter uma imagem atrelada a seu status.

Os fatores apresentados no último parágrafo tendem a perder importância quando pensamos em mitos baseados em uma pessoa, pois a personificação auxilia a criação e disseminação de ideias pelas redes sociais, inclusive estimulando e cooptando seguidores para a propagação de determinado conceito. Ao contrário das instituições seculares os atuais influenciadores digitais usam os fatos do seu dia a dia para criar sua mítica própria, seu discurso e a percepção que seus seguidores terão de seus atos.

Possivelmente o grande diferencial entre indivíduos que se tornam mitos por meio das redes sociais e instituições perenes que possuem figuras míticas e utilizam as redes sociais para se comunicar seja a dinâmica das ações, os primeiros apoderam-se da espontaneidade do inesperado e muitas vezes do impensado para angariar seguidores. Todavia as instituições não conseguem personificar em um indivíduo toda a gama de

atividades e tradições, os patronos, embora, assumam este papel de personificação estão distantes do tempo atual prejudicando a identificação.

> Se vale uma aproximação com uma situação do início do século XXI, as tecnologias que permitem a conexão à internet em qualquer lugar derrubaram a barreira do espaço, e qualquer ponto se torna um espaço para a troca de informações. Mas é possível questionar qual a relevância das informações trocadas a toda hora, se é necessário fazer isso o tempo todo e por quanto tempo elas terão algum interesse (MARTINO, 2015, p.190).

As instituições perenes muitas vezes ressentem-se da falta de relevância das informações fornecidas, ou não conseguem a velocidade de resposta demandada pelas tecnologias atuais.

Na atualidade e muito constantemente no campo empresarial tem-se a figura de líderes, sendo estes um motivador e alavancador de seus seguidores em busca de um objetivo, porém mais que os mitos estes possuem tempo de vida curto geralmente vinculado a um evento ou situação singular quando influenciam outros indivíduos que possuem relacionamento direto com eles ao atingimento de um objetivo previamente definido. Tais figuras baseiam-se na personificação e em características gerenciais individuais.

A liderança está intrinsicamente ligada ao mito e por diversas vezes é personificada num indivíduo para motivar outros. Ficam os questionamentos: líderes são mitos embrionários? Em que momento um líder torna-se mito? Estas perguntas passam não só pelos estudos de Comunicação, mas estão intrinsicamente relacionadas ao desejo e necessidade de identificação de grande parte dos seres humanos que se inspiram nos feitos relatados de outros indivíduos para prosseguirem nas suas conquistas.

Numa época em que somos inundados por imagens continuamente as histórias míticas quando representadas por desenhos, fotografias ou qualquer representação visual atingem com maior eficácia e rapidez uma resposta do público, desta forma, podemos acompanhar o incremento da utilização das mídias sociais que conseguem conjugar a velocidade e imagem na disseminação de uma ideia, de uma proposição.

Como o exército utiliza a comunicação de forma estruturada e planejada há aproximadamente quarenta anos, o que representa pouco tempo na história da instituição; e das mídias sociais há menos de dez anos todas essas atividades são ainda embrionárias na estrutura organizacional. Percebe-se que com o advento das mídias sociais a instituição

vem se desenvolvendo nesta área procurando como se comunicar com seus públicos de forma ágil e efetiva.

A sociedade de consumo também desafia instituições tradicionais pela necessidade constante de atualizações e reinvenções para se manter interessante e atraente não perdendo o potencial de novidade mesmo tendo como a característica a repetição de atividades no decorrer dos períodos.

## Conclusão

A partir da análise dos textos citados e traçando um paralelo com a vida castrense podemos observar o desenvolvimento de figuras míticas na manutenção da imagem institucional. Se o mito pode ser desconstruído pela evolução do conhecimento humano? É uma indagação ainda sem resposta; pois desde a organização do homo sapiens em sociedade, suas interações, o desejo de ser ouvido, visto e reconhecido em sociedade o levou a assumir papéis sociais consequentemente os indivíduos aderem a determinada instituição e passam a crer nos preceitos desta; da mesma forma as instituições para manterem uma unidade e continuidade aderem ao imaginário, no caso dos exércitos estes remontam a era em que homens começaram a disputar seus espaços, territórios e fronteiras foram fixados. Percebe-se nos patronos extemporâneos a tentativa de manter a representação dos ideais e valores que a instituição transcende em sua história

A manutenção das relações sociais baseadas em mitos permite a manutenção atemporal das organizações, pois propicia o deslocamento do significado de fatos, ideias e proposições permitindo a eternização dos significantes institucionais. Tal afirmativa perde valor quando toda uma ideologia é desfeita a partir do atingimento de um novo estágio de consciência, o que se percebe ao analisar a história da humanidade.

Desta forma o exército vale-se dos mitos para manter seu status quo e criar generalizações e padronizações que permitam o mínimo de transformações temporais. Estes preceitos tomam fundamental importância para manter os pilares de hierarquia e disciplina e evitar questionamentos de ordens. Embora a sociedade esteja constantemente evoluindo, quebrando tabus e atingindo novos níveis de interações, consciência, respeitando e validando pensamentos e atitudes diferentes em cada momento. Por outro questiona se os mitos proveem dos líderes e qual a linha tênue que os distingui, além da

percepção que os indivíduos sentem a necessidade de identificação para motivarem-se a determinadas ações.

A modernidade e sua rápida modificação é um desafio constante para a manutenção da imagem numa instituição que tem como pilar manter as tradições e o status quo. Além de vivermos na sociedade brasileira tempos de aparente paz, mas toda a constituição organizacional do exército ser planejada e conduzida para tempos de guerra em que a observância das ordens deve ser inquestionável. Ao analisar desta maneira consegue-se visualizar tanta doutrina, hierarquia e disciplina na tentativa de cumprimento automático e não questionamento das ordens. No conceito mais primário da sociogênese a sobrevivência daquela sociedade e de sua descendência.

> Evitemos pensar que as formas mais antigas de sociedade, e as tradições a ela associadas, eram rígidas e se tornaram obsoletas. E que novas tradições surgiram apenas pela incapacidade de adaptação das velhas tradições. Estas surgem para um fim intencional, atendendo a um novo ensejo de uma coletividade. Seguindo a lógica do historiador Eric Hobsbawm, as tradições inventadas desde a Revolução Industrial se dividem em três categorias: a) aquelas que estabelecem ou simbolizam a coesão social ou as condições de admissão de um grupo ou de comunidades reais ou artificiais; b) aquelas que estabelecem ou legitimam instituições, status ou relações de autoridade; c) aquelas cujo propósito principal é a socialização, a inculcação de ideias, sistemas de valores e padrões de comportamento (FONSECA, 2015, p.2).

No campo da memória, há o conceito de tradição, onde se valorizam práticas ou valores espirituais de geração em geração, cujas crenças são conservadoras e invariáveis ao longo do tempo. Hobsbawm lança a ideia de “tradição inventada” para explicar as práticas e rituais devidamente inventados, construídos e institucionalizados, na qual estas visam absorver valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica num processo de continuidade do passado.

O anseio de inspiração é intrínseco a formação cultural e emocional do ser humano, por isso há a necessidade de criação e manutenção de ideias míticas objetivando gerar atitudes ditas nobre e desinteressadas para o bem de sua comunidade e sociedade; Goffman (2002) nos lembra que sozinhos ou nas situações de equipe somos, simultaneamente, ator e plateia de uma complexa encenação, sempre permeada pelo imaginário.

**REFERÊNCIAS:**

BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel Editora, 1980.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e Simulação**. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.

_____. **Tela Total**. Porto Alegre: Edições Sulinas, 1997.

PATRONOS. Sem data. **Exército Brasileiro**. Disponível em: https://www.eb.mil.br/patronos . Acesso em 20 Jul 2020.

FONSECA, Marcus Vinicius Gomes da. Símbolos, tradições e rituais: representações do Duque de Caxias pelo Exército Brasileiro. **Revista Militar**, Rio de Janeiro, n. 2567, p. 1049-1061, dez. 2015. Disponível em: https://www.revistamilitar.pt/artigopdf/1077. Acesso em 17 Jul 2020.

GOFFMAN, Erving. **A representação do eu na vida contemporânea**. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002.

IRERÊ, Raphael. Passos para o Mito: Uma introdução ao pensamento de Roland Barthes. 2019. **Portal Intercom**. Goiânia. Disponível em https://portalintercom.org.br/anais/centrooeste2019/resumos/R66-0635-1.pdf. Acesso em 17 Jul 2020.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

_____. **Teoria das Mídias Digitais**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MORIN, Edgar. **O Enigma do homem**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1976

STRATE, Lance, BRAGA, Adriana, LEVINSON, Paul. **Introdução à Ecologia das Mídias**. Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2019.