

Che Guevara e o Mito Barthesiano¹

Jonathan CASSIAN²
Guilherme FREGULIA³
Bruna SCHEIDT⁴
Andressa VIEIRA⁵
Sergio Marilson KULAK⁶

Centro Universitário da Fundação Assis Gurgacz, Cascavel, PR

Resumo

O presente artigo trabalha o conceito do mito barthesiano e como ele se apresenta na contemporaneidade através da imagem do líder político Che Guevara. Barthes (1957) conceitua o mito como uma forma diferente de transmitir um conteúdo, camuflando informações e expondo o que surge com mais ênfase na história ou na sociedade em questão. O artigo busca analisar o momento específico em que se estabelece o mito, como o mito se manifesta, como ele articula o signo, negociando com a forma, sentido e contexto social.

Palavras-chave: semiótica; mito; mitologias; Barthes; Che Guevara.

A semiologia de Barthes

Comumente ideologias dominantes, extremamente restritas e completamente parciais, são aceitas e disseminadas no imaginário social como normais, isto é, colocando-as como se fossem a única leitura possível a ser atribuída a determinado signo, promovendo uma significação quase inquestionável, que se faz aceita socialmente. Esta significação oculta, operada por meio da conotação e presente nos signos de nosso cotidiano, é o que Barthes (1972) chama de mito.

Porém, antes da inferência mitológica o objeto parte de um signo de ordem primeira, legível e reconhecível como um signo pleno, de acordo com a estrutura semiológica proposta por Saussure (2006). Na perspectiva saussuriana um signo é formado sempre a partir da relação bilateral entre um significante e um significado.

¹ Trabalho apresentado no IJ 08 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul realizado de 26 a 28 de maio de 2016.

² Estudante Graduação 5º semestre Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da FAG, jonathan.cassian@gmail.com

³ Estudante Graduação 5º semestre Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da FAG, guilhermefregulia@gmail.com

⁴ Estudante Graduação 5º semestre Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da FAG, bruscheidt.bs@gmail.com

⁵ Estudante Graduação 5º semestre Comunicação Social - Publicidade e Propaganda da FAG, andressa.sigefre@gmail.com

⁶ Docente na Faculdade Assis Gurgacz (FAG). Mestre em Comunicação pela Universidade Estadual de Londrina (UEL).
E-mail: sergiokulak@gmail.com

O significante é a imagem mental dada com a escrita, por exemplo, por si só não representa nada senão a junção de cinco caracteres gráficos, todavia, a junção dos elementos “c” e “a” formam o som do fonema “ca”, enquanto o duplo “r” aliado a letra “o” traz o fonema “ro”. Sob a fusão dos dois fonemas, temos o som e a impressão gráfica visual resultante: “carro”. Essa grafia possui um significado, isto é, ela remete a algo específico no mundo, neste caso a um veículo automotor movido a combustíveis, com rodas que o permite se locomover de um lugar a outro por meio de movimentos mecânicos. A junção dada entre o significante – carro – e o significado – veículo automotor – resulta no signo, que é a ideia do veículo, isto é, a sua significação. (SILVA; BRANDINI, 2015).

O mito apresenta-se com a mesma cadeia estrutural, porém ele depende deste signo de primeira ordem para originá-lo. Logo mantém-se a relação bilateral entre dois elementos (porém não mais formada por significante e significado), onde no mito, o significante dá lugar a forma do objeto a ser mitificado, enquanto o significado é substituído pela ideia de conceito. Ora, se o mito surge a partir de um signo inicial fica claro a relação de dependência do segundo para com o primeiro, por exemplo, ao pensarmos um objeto cotidiano e simples como uma lâmpada, perceberemos como este só é compreendido graças a estrutura semiológica proposta por Saussure, afinal o signo lâmpada depende de um significante (a imagem do objeto de vidro e luminescente) e de um significado (a definição linguística e formal, presente no dicionário), e a partir da correlação entre estes nos é apresentado o signo.

No entanto, quando pensamos a lâmpada enquanto elemento representativo de criatividade, fica claro a mitificação do signo de ordem primeira, afinal assumimos a lâmpada enquanto forma, atribuindo-lhe um novo conceito, e assim gerou-se um mito, um signo de segunda ordem antes inexistente.

Em síntese, Barthes (1972) define que os mitos surgem quando signos de ordem primeira são retirados de seu contexto de origem, perdendo portanto, toda sua essência simbólica e ideológica, ficando assim vazios, apenas para serem novamente preenchidos com novas ideologias e significações, originando, desse modo, o mito. Isso implica dizer que imagens básicas e habituais podem ser envoltas por uma segunda camada de significação e inseridas em um contexto completamente novo. De acordo com o autor, apaga-se a historicidade do signo que é posto sob um novo significado - agora denominado de conceito, segundo a teoria barthesiana - colocado com total valor de equivalência, ou seja, o novo

significado passa a ser aceitado naturalmente pela sociedade, quase como uma mentira inocente que transforma a situação em uma nova realidade.

Segundo OLIVEIRA (2006), tal articulação torna-se possível justamente porque Barthes olha o signo do ponto de vista da significação, alargando assim a noção de signo e de língua a tudo o que se significa. A propósito do mito, Barthes dirá que este é indefinível quer pelo objeto, quer pela matéria, pois arbitrariamente toda e qualquer matéria pode ser dotada de significação. De acordo com Oliveira (2006) que a semiologia se transformará numa trans-linguística cuja matéria poderá ser constituída pelo mito, passando pelos media, pelos objetos, até por figuras sociais icônicas, como é o caso deste trabalho.

A língua, enquanto sistema semiológico primeiro, é a matéria-prima do mito enquanto sistema semiológico segundo. Por sua vez, o mito, enquanto sistema semiológico tridimensional (significante, significado, signo) absorve do sentido do sistema linguístico a sua forma (o significante). O ponto de encontro entre os dois sistemas é delicado - se visto do primeiro (língua) esse ponto é cheio (é o sentido), se visto do segundo (mito) aparece como vazio (a forma). Ambos os significados - primeiro e segundo - vão coexistir através de um sistema de focagens alternantes, dada a impossibilidade de os focarmos em conjunto, que aliás é a todo o momento possível. (OLIVEIRA, 2006, p. 5).

Ora, se uma quantidade infundável de signos nos são apresentados diariamente, os mitos vem à tona em uma proporção tão grande quanto. Destarte, para compreendermos com profundidade a teoria barthesiana acerca dos mitos, é de suma importância focalizarmos em um único objeto de estudo. Para tal, abordamos como exemplo um signo amplamente conhecido, a imagem do líder político e revolucionário Che Guevara.

Compreendendo o signo primeiro

Ernesto “Che Guevara” marcou a história política contemporânea, sendo apontado por Sartre como “o homem mais completo do século XX”. Sua atuação, de caráter socialista na América Latina, influenciou o pensamento e ação de indivíduos e organizações políticas em todo o continente.

Inicialmente, o signo de ordem primeira deve ser estruturado a partir da relação bilateral entre significante e significado para posteriormente ser rearticulado recebendo uma nova significação. No que tange a estrutura semiológica de ordem primeira percebemos uma formação na qual o significante é evidenciado na figura (Figura 1) de Che Guevara enquanto objeto - a priori, livre de significação. Afinal tal significação dependerá do significado atribuído a este objeto, que é a ideia de um guerrilheiro e líder da revolução Cubana que preconizava a instituição de um regime político socialista, um homem predisposto a matar para alcançar seus objetivos políticos, e muitas vezes mais autoritário e repressivo do que o sistema político vigente na época. Estabelecida esta relação entre significante e significado forma-se o signo de ordem primeira dentro da cadeia proposta por Barthes.

Articulando o signo primeiro

Barthes (1972) nos mostra repetidamente como as imagens e objetos são retirados de seu contexto sócio-histórico, removendo todo sentido e informação presentes naquela imagem, deixando o signo vazio, sem nenhuma carga valorativa ou ideológica, pois, de acordo com o autor, o conceito é quem delimita a forma, ele articula a significação do mito dado o seu poder de emanção. O signo primeiro se faz um objeto do novo significado.. Logo, um mito tem sempre uma segunda ordem de significação em relação ao signo primeiro, que era, a priori, pleno, nesse sentido acontece o mito: um novo significado é atribuído àquilo que já significava alguma coisa, através de um jogo constante entre denotação e conotação.

Agora focalizando apenas nosso objeto de análise, percebemos que a imagem de Che é retirada de seu contexto original e passa a ser reproduzido na contemporaneidade como símbolo de jovialidade, rebelião e não aceitação de regras sociais e culturais. Esta significação é convencionalizada de forma arbitrária e é sustentada pela aceitação social deste novo sentido.

Manifestação do mito

Sob a ótica pós-moderna podemos perceber os constantes esforços sociais, principalmente por parte do poder elitista e da iniciativa privada, para negligenciar

vicissitudes e cada vez mais homogeneizar as práticas e manifestações culturais. E, inserido deste processo, o mito assume um papel de extrema importância. Afinal, ele aparece com o intuito de universalizar expressões simbólicas tornando-as atemporais e, portanto, superficiais. Nas palavras do próprio Barthes (1972, p.142) “o mito é constituído pela perda da qualidade histórica das coisas”.

Esta perspectiva é perceptível na imagem de Che Guevara quando, paradoxalmente, um líder político socialista passa a estampar uma enormidade de produtos exclusivos a sociedade capitalista. Os diferentes produtos são representações do mito, que reconstrói o conceito do signo de ordem primeira.

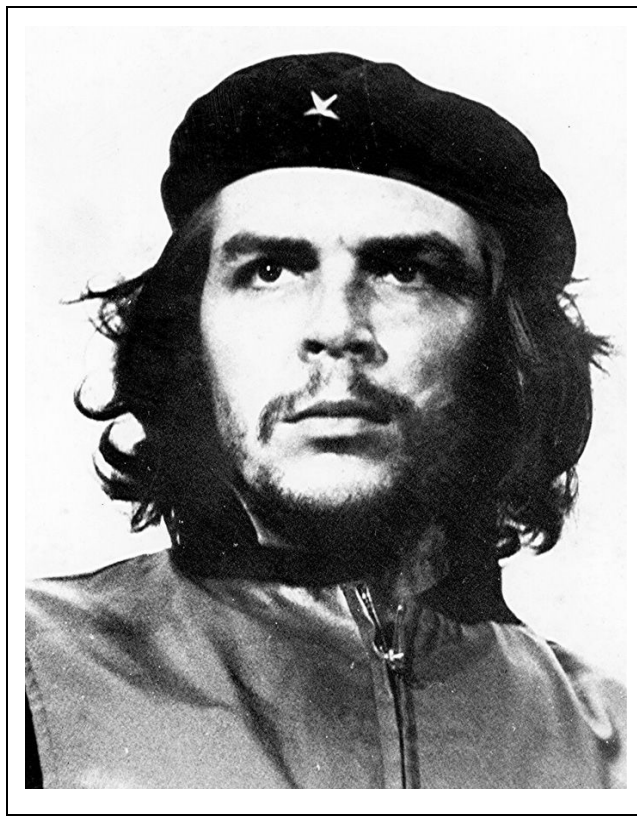


Figura 1 - Fotografia do líder revolucionário Che Guevara, considerada imagem mais reproduzida da história.

Fonte:

<http://seuhistory.com/hoje-na-historia/alberto-korda-faz-mitica-fotografia-de-ernesto-che-guevara-considerada-imagem>



Figura 2: Representações de Che Guevara em elementos capitalistas com a finalidade do lucro.

Fontes:

<http://www.amazon.com/Che-Guevara-Store-Classic-T-shirts/dp/B00771EKB0>

<http://www.redbubble.com/people/tomsredbubble/works/5807007-che-guevara-rebel-revolution-marxist-revolutionary-cuba-power-to-the-people-black-on-red?p=travel-mug>

<http://www.shopclues.com/iphone-case-che-guevara-red-premium.html>

<http://www.discreetgifts.co.uk/hats>

Jogando com forma e sentido

Segundo Barthes, estes sistemas de significação remodelam e reestruturam a cultura de massa, porém isto é imperceptível na maioria das vezes. Ou seja, consumimos diariamente e de forma completamente acrítica incontáveis mensagens que foram convencionadas com o propósito de atender exclusivamente as necessidades de determinado grupo social..

E a imagem mitologizada de Che Guevara não está livre desta sina. Por exemplo, atualmente ao entrarmos em uma loja com temática musical nos deparamos com uma infinidade de camisetas e outros produtos, alguns itens licenciados de bandas famosas, outros apenas compartilham uma certa proximidade semântica com o universo musical. No meio desta infundável quantidade de opções encontramos uma camiseta estampada com a face de Che Guevara, evidenciando a alteração quanto a *forma* quando em comparação com o signo de ordem primeira, afinal o que vemos não é factualmente o líder político, ele foi descontextualizado e se apresenta para nós na forma de uma ilustração estampada em um tecido. O que, conseqüentemente altera o *sentido* do signo de primeiro, o que antes representava um líder político, guerrilheiro disposto a fazer qualquer coisa no intuito de atingir seus objetivos políticos. Agora tem sua significação original reinventada, e passa a representar jovialidade, liberdade, desprendimento e acima de tudo, torna-se um ícone capitalista. Destarte, o mito é engendrado a partir desta relação entre *forma* e *sentido*.

Considerações

Diariamente inúmeras ideologias dominantes nos são apresentadas e, de forma totalmente alienada, as aceitamos, pois, tais mitos, foram arbitrariamente convencionados como tal, simplesmente é como o mundo deve ser, estas mitologias estão enraizadas no imaginário social soando quase como naturais. Elas surgem a nossa frente sem nem mesmo as percebermos, de líderes políticos a celebridades do mundo esportivo, de grandes empresas a peças publicitárias. Os mitos são parte importante de nosso cotidiano, se fazem presentes a todo momento e, ainda assim, estão muito bem escondidos.

Referências

BARTHES, Roland. *Mitologias*. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1972.

OLIVEIRA, Marta Alves de. O signo—aproximações e confrontos entre as teses de Saussure e Barthes. Disponível em: <<http://aquele.do.sapo.pt/fbault/3966signoXX.pdf>>. Acesso em 14 abr. 2016.

KULAK, Sergio Marilson O mito barthesiano na publicidade: a apropriação de diferentes signos culturais nas 1001 fazes de Bombril. In: Anais Eletrônicos do IX Colóquio de Estudos Literários.1, 2015, Londrina, *Anais...* Londrina: Universidade Estadual de Londrina, 2015. Disponível em:

<http://www.uel.br/eventos/estudosliterarios/pages/arquivos/Sergio%20Marilson%20Kulak_texto%20completo.pdf>. Acesso em 15. abr. 2016.

RAMOS, Roberto. Roland Barthes: semiologia, mídia e fait divers. Revista Famecos, Porto Alegre, v.1, n.14, p.119-127, jan.-abr. 2001.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. Do “mito” ao “simulacro”: a crítica da mídia, de Barthes a Baudrillard. Revista Galáxia, São Paulo, n. 10, p. 117-128, dez. 2005.

SAUSSURE. Ferdinand de. *Curso de Linguística Geral*. São Paulo: Cultrix, 2006.

DA SILVA, Marcos Antonio; JOHNSON, Guillermo Alfredo. Che Guevara e o Marxismo Latino-Americano: a crítica da Economia Política. REBELA-Revista Brasileira de Estudos Latino-Americanos, v. 2, n. 3, 2013.