

CHE GUEVARA: MITO, IMAGEM E IMAGINÁRIO

*Juan de Moraes Domingues**

Resumo

Este artigo pretende problematizar a percepção imaginária do mito de Che Guevara 40 anos depois de sua morte, com base nas noções da sociologia compreensiva.

Palavras-chave

Sociologia Compreensiva - Mito - Imagem

Abstract

This article intends to examine the perception about imaginary Che Guevara myth 40 years after his death, specially based on comprehensive sociology.

Key Words

Comprehensive Sociology - Myth - Image

1 Mito

Ao executar Che Guevara em 9 de outubro de 1967, o exército boliviano colocou um ponto final na trajetória revolucionária do jovem médico argentino que alcançou seu maior trunfo ao lado de Fidel Castro, quando sufocou Cuba em 1959 e tirou Fulgencio Batista do poder. Che morreu moribundo, sujo, sozinho, com fome e doente. Naquele dia, o exército boliviano matou o homem, mas deu vida a seu mito.

Imortalizado por uma imagem, a famosa foto de Alberto Korda, o mito Che Guevara atravessou quatro décadas, ainda que a percepção imaginária sobre ele tenha passado por diferentes releituras. A partir da sociologia compreensiva de Michel Maffesoli, este artigo pretende problematizar o deslocamento da percepção da imagem do símbolo da esquerda mundial para uma espécie de ícone pop e compreender o vínculo entre o mito de Che e o social.

Por ironia, Che alcançou status de mito até mesmo nos Estados Unidos, país com o qual o comandante nutria sérias divergências ideológicas. Em 1968, uma pesquisa mostrou que ele era o personagem histórico com o qual os universitários norte-americanos mais se identificavam, de acordo com Castañeda (2006).

O estilo voluntarioso e os pensamentos de Che não impregnaram apenas boa parte da juventude dos Estados Unidos, mas também da Europa e da América Latina. Na época, jovens passa-

ram a manifestar solidariedade ao Vietnã ou a Cuba. Castañeda chega a denominar aqueles anos de “a geração Che Guevara”.

Talvez o fato de não ter conseguido libertar a América Latina do “império norte-americano”, sua grande obsessão, tenha contribuído para a construção do personagem revolucionário. Mas segundo Castañeda, foi a morte que deu a Che Guevara o significado de sua vida, e sua vida a seu mito.

Se o comandante não fosse executado [...] teria igualmente realizado proezas épicas e gloriosos feitos, mas seu rosto não estaria hoje em tantos milhões de paredes e peitos. Caso o governo boliviano o tivesse indultado, ou a CIA lhe salvasse a vida, a contribuição de Che a sua causa poderia ter sido muito maior, mas o auto-sacrifício jamais teria as dimensões que teve (Idibem, p. 505).

A ampla dimensão alcançada por Che depois da morte se deu porque o mito só nasce com a morte. Em *A transfiguração do político*, Michel Maffesoli afirma que a “morte do chefe (papa, rei, senhor) ou da instituição que lhe serve de suporte” é uma espécie de sacrifício para que surja “um novo *ethos* comunitário e sirva de anamnese ao ato fundador que permitirá à sociedade considerar-se como tal”(Maffesoli, 2005, p. 76).

Para ilustrar o que diz, Maffesoli cita a es-

tratégia da Igreja Católica para manter sempre acesa a chama da fé entre os fiéis. “A Igreja Católica não se enganou quanto a isso ao celebrar cotidianamente, através de um eufemismo, a morte do filho de Deus, no sacrifício da missa, dando sempre novo vigor à universalidade de sua assembléia” (Ibidem, 2005, p. 11).

São muitos os conceitos e teorias acerca do mito, como a teoria naturalista, que parte da idéia de que o Sol e a Lua deram origem aos mitos da humanidade ainda em sua fase “primitiva”. Outra vertente teórica do mito é o historicismo, que, segundo Rocha, “procurou ver no mito um registro de episódios verdadeiros do passado [...] O mito visto, literalmente, como registro da história” (Rocha, 1999, p.32)

Outro trabalho sobre o mito ficou conhecido como animismo, que parte da idéia de que “todos os elementos da natureza poderiam ser personificados”.

O assunto é vasto e, por isso, este artigo não irá se ocupar demasiadamente das tantas correntes teóricas sobre ele. No entanto, algumas considerações se fazem necessárias para que se possa compreender um pouco os mistérios e labirintos nos quais o mito está envolvido. Em *O que é mito*, Everardo Rocha chega a ser radical, afirmando que o melhor a fazer é tentar não entender o mito “como uma regra, uma questão de múltipla escolha, uma prova final”. O autor começa o livro com uma definição sucinta, mas elucidativa:

O mito é uma narrativa. É um discurso, uma fala. É uma forma de as sociedades espelharem suas contradições, exprimirem seus paradoxos, dúvidas e inquietações. Pode ser visto como uma possibilidade de se refletir sobre a existência, o cosmos, as situações de ‘estar no mundo’ ou as relações sociais (Ibidem, 1999, p.7).

Castor Bartolomé Ruiz corrobora, refletindo que o mito “é uma forma de discurso narrativo que efetiva uma interpretação vital do ser humano e uma compreensão ‘verdadeira’ e relativa do mundo” (Ruiz, 2003, p. 143). Sob este viés, Milton José Pinto sustenta que a “análise de discursos defende a idéia de que qualquer imagem, mesmo isolada de qualquer outro sistema semiótico, deve ser considerada como sendo um discurso” (Pinto, 2002, p. 37).

Durand percorre na contramão dos que

acreditam que o mito seja um discurso. Para ele, “o mito não é um discurso para demonstrar nem uma narrativa para mostrar”. O mito, afirma o autor, “deve servir-se das instâncias de persuasão indicadas pelas variações simbólicas sobre um tema” (Durand, 2004, p. 60). Segundo Durand, os processos do mito, onírico ou do sonho consistem na repetição (a sincronicidade) das ligações simbólicas que os compõem. Acrescenta o autor:

[...] Quando evocamos o Diabo em nome do bom Deus é porque precisamos dele! Como Freud já observara, o herói depende do monstro ou do dragão para transformar-se em herói, e os trabalhos de Yves Durand mostram que, quando o monstro é minimizado – “guliverizado”, como diz Bachelard –, o herói pendura a espada no vestiário e calça os chinelos (Ibidem, 2004, p. 83).

Che fazia parte de um contexto, de uma época. Viveu suas experiências adultas e morreu sob o manto de uma geração. Talvez seu mito se mantenha vivo porque sua imagem ainda evoque – nem que seja de maneira superficial – a rebeldia em relação às “injustiças” do mundo, a resistência à “força do imperialismo”.

Embora as variadas teorias acerca do mito sejam importantes para sua reflexão, como, além das já referidas, a idéia que procura ligar mito e ritual, especialmente nos fenômenos religiosos e suas manifestações concretas, como a crença, os símbolos etc, parece-me fundamental abordar aqui a interpretação psicanalítica do mito.

De acordo com Rocha, a teoria da mitologia sob o ponto de vista da psicanálise apresenta uma trajetória distinta na busca do aprimoramento da definição acerca do tema.

Numa palavra, o mito se interioriza. Quero dizer com isto que o mito ganha um espaço dentro do ser humano. Ele passa a ser reflexo de múltiplos movimentos de interiores. Próximo do sonho, da fantasia, do devaneio. O mito é produto do inconsciente. Neste lugar se origina, neste lugar se processa. Nele, também se realiza. Ainda mais, é do inconsciente uma forma de expressão (Rocha, op. cit. P. 40).

Rocha utiliza o pensamento de Carl-Gustav



Jung para ampliar a noção sobre a relação mito-inconsciente. Isso porque Jung encontra sua interpretação sobre o mito não no inconsciente individual, único, pessoal, mas no inconsciente coletivo. O psiquiatra suíço usa o termo “arquetipo”, de Santo Agostinho, para definir a manifestação desse inconsciente coletivo. Segundo Rocha, arquetipo é uma espécie de “impressão psíquica”, como uma marca, uma imagem.

É importante lembrar que um mesmo mito pode ser interpretado de maneiras diferentes. O próprio mito de Édipo, talvez o mais famoso de todos os tempos, tem compreensões distintas. Neste sentido, o mito de Che Guevara pode perfeitamente estar sendo interpretado e reinterpretado hoje de maneira completamente diferente do que fora há 20 anos. Esta é uma marca dos mitos, de acordo com Rocha. “Eles continuam sendo mitos, independente de suas versões” (Ibidem, p. 52).

O antropólogo Claude Lévi-Strauss afirma: “O valor do mito como mito persiste a despeito da pior tradução” (Lévi-Strauss, apud Rocha, op. cit, 1999, p. 52). Neste emaranhado de teorias, pensamentos e até de incertezas acerca do mito, Lévi-Strauss nos ensina que não é possível entender um mito como lemos uma notícia de jornal ou um livro. Para ele, “o mito não pode ser lido linha por linha, da esquerda para a direita, começando no início da página e terminando no fim dela. [...] Um mito deve ser lido como uma partitura musical” (Rocha, op. cit. p. 82).

Rocha defende a afirmação de Lévi-Strauss argumentando que o mito não tem uma definição acabada. “Um mito não nos mostra seu significado básico, fundamental, através da seqüência dos acontecimentos tal como são apresentados na estória linear que lemos normalmente” (Rocha, op. cit. p. 82). Lévi-Strauss diz que é preciso lê-lo em mais de um nível:

O significado do mito está vinculado a grupos de acontecimentos que às vezes encontram-se até afastados na estória do mito. Temos que ler o mito em dois níveis. Tanto no sentido normal de qualquer leitura quanto como um todo muitas vezes referenciado a outros mitos próximos daquele. Temos que perceber o mito como se percebe uma totalidade; só assim perceberemos seu significado. Um determinado grupo de acontecimentos num mito pode estar relacionado com outro grupo muitas páginas adian-

te. Ou, ao contrário, um grupo de acontecimentos do final da estória pode ser aproximado de um grupo de início. Por isso, o mito parece com uma partitura musical (Rocha, op. cit. p. 82).

O mito, portanto, é da qualidade do inacabado, sem definições fechadas. Para Rocha, é uma narrativa, sobretudo. Uma narrativa que, segundo Ruiz, é de fundamental importância para a existência da sociedade. Ruiz analisa:

A sociedade existe como rede de representações que socializa os sujeitos, sem determiná-los, e os insere numa forma de prática social. Qualquer formação social manifesta uma visão de mundo, seja o modelo republicano de Roma, o feudalismo, o reinado científico da Atlântida baconiana, a igualdade plena da sociedade comunista, o darwinismo social do neoliberalismo, a sociedade aberta de Popper ou a modelar sociedade do consenso de Habermas. Não é possível uma sociedade que ultrapasse as representações simbólicas e conseqüentemente as narrativas míticas (Ruiz, op. cit. p. 144).

A interpretação dos mitos, para Rocha, é um eterno exercício, uma procura infinita pela saída do labirinto. “O mito não possui verdade eterna e é como uma construção que não repousa no solo. O mito flutua. Seu registro é o do imaginário” (Rocha, op. cit. p. 95).

2 IMAGEM E IMAGINÁRIO

Imagem vem do latim *imago*, que significa representação visual de um objeto. Em grego antigo corresponde ao termo *eidos*, raiz etimológica do termo *idea* ou *eidea*, cujo conceito foi desenvolvido por Platão. À teoria de Platão, o idealismo considerava a idéia (ou *idea*) da coisa, a sua imagem, como sendo uma projeção da mente. “Platão construiu o mundo das idéias (*eidos*). É o mundo da perfeição, onde se encontra o ser pleno e determinado das coisas” (Ruiz, op. cit. p. 36).

Aristóteles, ao contrário, considerava a imagem como sendo uma aquisição pelos sentidos, a representação mental de um objeto real, fundando a teoria do realismo. Aristóteles dizia, ainda, que o homem é uma mescla de pensamen-

to e corpo. Para ele, a humanidade seria incapaz de produzir intelectualmente sem o “socorro da imaginação”.

A obra do filósofo contemporâneo francês Jean-Paul Sartre, com base no pensamento de Descartes, sustenta que a imagem “é uma coisa corporal, é o produto da ação dos corpos exteriores sobre o nosso próprio corpo por intermédio dos sentidos e dos nervos” (Sartre, 1985, p. 11). E o que seria a imaginação? Para Sartre, imaginação é o “conhecimento da imagem” que, segundo ele, vem do entendimento.

É razoável considerar que a banda de Liverpool e o revolucionário viveram sob o mesmo ambiente ou sob o que Walter Benjamin e Michel Maffesoli chamam de aura.

É o entendimento aplicado à impressão material produzida no cérebro que nos dá uma consciência da imagem. Esta, aliás, não é posta diante da consciência como um novo objeto a conhecer, a despeito de seu caráter de realidade corporal; isso, em verdade, remeteria ao infinito a possibilidade de uma relação entre consciência e seus objetos. Ela possui a propriedade estranha de poder motivar as ações da alma; os movimentos do cérebro, causados pelos objetos exteriores, embora não contenham semelhanças com elas, despertam idéias na alma; as idéias não vêm dos movimentos, mas não inatas ao homem; é por ocasião dos movimentos, porém, que aparecem na consciência (Ibidem, 1985, p. 11).

Em *A transparência do mal: ensaio sobre os fenômenos extremos*, o filósofo e sociólogo Jean Baudrillard apresenta um outro ponto de vista acerca da imagem, especialmente as imagens do nosso mundo contemporâneo. Segundo ele,

a maioria das imagens contemporâneas, vídeo, pintura, artes plásticas, audiovisual,

imagens em síntese, é literalmente imagens em que não há nada para ser visto, imagens sem vestígios, sem sombra, sem seqüências. O que se pressente é que, por trás de cada uma, algo desapareceu. Elas são apenas isto: o vestígio de algo que desapareceu (Baudrillard, 1990, p. 24.).

A convicção de Sartre quanto ao conhecimento da imagem ecoa nas reflexões de Castor Bartolomé Ruiz ao lembrar que os primeiros contatos do ser humano com o mundo exterior se dão, justamente, pela imaginação. Os recém-nascidos sequer falam ou enxergam com nitidez em seus primeiros dias, mas percebem o entorno, os cheiros e os ruídos por meio da imaginação. É a partir dela que, antes de tudo, estabelecemos nossas experiências iniciais de mundo.

Poucos dias depois, o mundo aparece como imagem visual. Imagens que nos resultam próximas ou distantes, conhecidas ou temidas, mas que invadem a experiência existencial e vão confeccionando um sentido de mundo, um mundo para nós. Por meio das imagens significativas do mundo, vamos tecendo nossa identidade: somos a imagem do mundo, que de modo criativo, refletimos em nossa interioridade e projetamos em nossa práxis (Ruiz, op. cit. p. 30).

Ruiz, no entanto, estabelece relação entre imaginação e imaginário. No senso comum, diz o autor, imaginação é o mesmo que alucinação. “O real se contrapõe à imaginação, assim como a verdade, ao erro. O imaginado é um subproduto da racionalidade” (Ibidem, p. 30). Neste sentido, a imaginação não faz parte do que a modernidade estabeleceu como norma, qual seja, a de que as coisas boas e verdadeiras só podem existir a partir da razão, da racionalidade. Comenta Ruiz:

Atribui-se à imaginação um papel de coadjuvante da racionalidade. Ela possibilita que o logos possa extravasar tensões, recreando-se com a imaginação estética, aliviando-se no mundo da imaginação onírica, alienando-se no horizonte da imaginação mística ou simplesmente relaxando-se na arena da imaginação lúdica. O estético, o lúdico, o místico e o onírico constituem os universos secundários aos quais é relegada

comumente a imaginação (Ibidem, p. 30).

A partir desta perspectiva, o autor alerta que imaginação e imaginário não carregam consigo conceitos definidos, mesmo que possam ser justificados com densas explicações racionais. Se a imaginação, abordada de forma sucinta neste artigo, contrapõe-se ao real e muitas vezes é tratada, até certo ponto, com certo desdém pela racionalidade das sociedades contemporâneas, o imaginário, segundo Juremir Machado da Silva, é real. “Todo real é imaginário” (Silva, 2003, p. 7).



Che Guevara

Ao problematizar o tema em *As tecnologias do imaginário*, Silva explora um terreno movediço, difícil de se manter em pé, de se locomover e de se chegar a um lugar pré-estabelecido. O autor, porém, nos tira do túnel escuro das incertezas e nos conduz à claridade. Ele lembra que, convencionalmente falando, o imaginário opõe-se ao real, como salientara Ruiz. No entanto, Silva afirma que “o imaginário é uma introjeção do real, a aceitação inconsciente, ou quase, de um modo de ser partilhado com outros. [...] O imaginário é uma língua. O indivíduo entra nele pela compreensão e aceitação das suas regras” (Ibidem, p. 9). Silva faz uma distinção do imaginário em dois tipos: o individual e o social.

O imaginário individual se dá, essencialmente, por identificação (reconhecimento de si no outro), apropriação (desejo de ter o outro em si) e distorção (reelaboração do outro para si). O imaginário social estrutura-

se principalmente por contágio: a aceitação do modelo do outro (lógica tribal), disseminação (igualdade na diferença) e imitação (distinção do todo por difusão de uma parte) (Ibidem, p. 13).

Tirando a névoa que por vezes dificulta uma melhor observação acerca do que seja

o imaginário, Silva define o conceito como sendo um reservatório/motor. Reservatório porque nele estão reunidos sentimentos, emoções, lembranças, experiências do cotidiano, “visões do real que realizam o imaginado, leituras da vida e, através de um mecanismo individual/grupal, sedimenta um modo de ver, de ser, de agir, de sentir e de aspirar ao estar no mundo” (Ibidem, p. 11).

Quando motor, “o imaginário é um sonho que realiza a realidade, uma força que impulsiona indivíduos ou grupos. Funciona como um catalisador, estimulador e estruturador dos limites e das práticas” (Ibidem, p. 12). Nas palavras de Silva, o imaginário não tem compromisso, não é da ordem da racionalidade, está ligado ao afetivo, ao emocional. É da ordem do estético, disciplina que analisa o *estar-junto*, o compartilhamento, a relação. É da ordem do contato, da paixão. Baseado na aceitação do modelo do outro, na disseminação e na imitação, no caso do imaginário social, o grupo incorpora os mesmos imaginários.

Silva lembra um dos maiores fenômenos da música pop de todos os tempos para ilustrar essa concepção:

Uma geração inteira sonhou o sonho dos Beatles tornado planetário pela indústria cultural. Mesmo assim, esse sonho pôde ser disseminado como sendo uma contestação aos valores então vigentes. Milhões de jovens incorporaram essa idéia, suportando as suas contradições, e deram-lhe ora uma marca própria (identificação/apropriação/distorção), ora uma ampliação (aceitação/disseminação/imitação) (Ibidem, p. 13).

A partir deste viés, é razoável considerar a possibilidade de, em certa medida, ter havido com Che Guevara um fenômeno social semelhante ao que ocorreu com os Beatles. Não teria havido o que Silva chama de contágio do imaginário em

torno do revolucionário argentino (ou Che seria apenas um aventureiro a carregar na mochila o sonho de milhares de jovens em busca de uma nova aventura, de novas emoções) de forma parecida com o que aconteceu com o grupo de rock inglês e aquela geração?

O universo ocupado hoje por Che Guevara parece ser o do ambiente pop, de rebeldia juvenil, de negação pura e simples dos valores de uma sociedade marcada pelas novas tecnologias de comunicação e de informação. É a releitura do mito.

É possível que isso tenha ocorrido, já que a idéia basilar do imaginário é a de ser integrante de alguma coisa, de algo comum, de fazer parte de uma determinada tribo. O professor de Sociologia da Universidade de Montpellier Patrick Tacussel faz considerações interessantes sobre o imaginário social, que de acordo com ele

se apresenta como um trajeto do psíquico para o social-histórico, revelando ‘verdadeiras infra-estruturas do espírito coletivo’; ele permite analisar os fatos e eventos sociais através das crenças, representações e sentimentos comuns; enfim, ele desemboca sobre a tomada em consideração epistemológica dos elementos simbólicos em ação nos regimes de pensamento (racional, mítico, ideológico, religiosos, etc.) (Tacussel, 2002, p. 7).

Assim como os Beatles, Che Guevara foi um personagem da geração dos anos 60. É razoável considerar que a banda de Liverpool e o revolucionário viveram sob o mesmo ambiente ou sob o que Walter Benjamin e Michel Maffesoli chamam de aura. Para ambos, o imaginário é uma aura, uma atmosfera, que não se pode ver, mas que é possível senti-la.

“O imaginário é uma força social de ordem espiritual, uma construção mental, que se mantém ambígua, perceptível, mas não qualificável”

(Maffesoli, 2001 p. 75). Maffesoli não se engana também quando relaciona comunicação, informação e imaginário, cujo cimento desta construção é a imagem e a inclinação que as sociedades contemporâneas têm por ela. Comenta Maffesoli:

O gosto atual, intenso, pelas imagens pode levar a estabelecer o laço entre comunicação, informação e imaginário. Vale tentar: o imaginário é a partilha, com outros, de um pedacinho do mundo. A imagem não passa disso: um fragmento do mundo. A informação serve, então, para fornecer elementos de organização do puzzle de imagens dispersas. Assim, as tribos de cada cultura, partilhando pequenas emoções e imagens, organizam um discurso dentro do mosaico mundial (Maffesoli, 2003, p. 17).

Ainda que as teorias da informação não sejam o foco principal deste artigo, convém neste momento fazer uma rápida referência ao termo citado por Maffesoli, uma vez que este conceito integra o espectro da comunicação, em geral, e da mídia, em particular. Ouve-se, com frequência, que a mídia aliena, induz e influencia essencialmente a vida das pessoas com as informações por ela emitidas em suas mais variadas formas. No caso específico de Che Guevara, a mídia, de uma maneira bastante ampla, encontrou dificuldade para tratá-lo com simpatia, enquanto vivo, e até hoje o trata com certa indiferença, citando-o, basicamente, quando do aniversário de sua morte ou das comemorações, em Cuba, da tomada do poder por ele e Fidel Castro.

Não seria, parece, por influência determinante da mídia que quatro gerações manteriam vivo o mito – ainda que desgastado – do comandante argentino. Outro sociólogo francês, Edgar Morin, refuta a idéia de que a mídia aliena a sociedade ou tenha influência determinante sobre ela. Para Morin, as teorias que exaltam a comunicação e o entretenimento da mídia como alienadores sociais são frágeis e que são exageradas as concepções de hegemonia e poder da mídia.

Pesquisas já mostraram que a mídia pode influenciar na vida das pessoas, mas que ela não desempenha um papel determinante. As causas profundas da violência juvenil não estão na mídia, mas na desintegração familiar, no tipo de vida levada nos bairros problemáticos, na miséria e na falta de pers-

pectivas, sem contar a formação de novos guetos marcados pelos preconceitos e por todos os tipos de exclusão social (Morin, 2003, p. 9).

Segundo Morin, “mais do que manipulação, precisamos estudar e compreender a relação da mídia com nossos imaginários” (Ibidem, p. 11).

3 O IMAGINÁRIO DESLOCA CHE

Parece não haver dúvida de que o mito de Che Guevara tem se mantido vivo, em grande medida, pela existência de uma imagem captada pelo fotógrafo cubano Alberto Korda. Depois da morte, a foto de um Che Guevara sério e vestindo boina foi reproduzida aos milhares. Distribuída mundo afora, esta imagem pode ter contribuído enormemente para potencializar a força mitológica de Che.

Ainda que se mantenha presente o mito guevarista, ao longo de quatro décadas essa imagem do revolucionário e líder de esquerda parece sofrer uma espécie de deslocamento/deslizamento no imaginário social. *Posters* com o rosto do comandante vendidos em todo o planeta deixaram de ocupar apenas as salas de sindicatos de trabalhadores, de partidos políticos de esquerda ou de centros de estudantes universitários, grupos que se apropriaram e ainda se apropriam da imagem de Che para justificar suas lutas e defender suas causas. Hoje, o rosto de Che está em toda a parte e em diferentes suportes, como biquínis e bandeiras de torcidas organizadas de times de futebol.

A partir desta perspectiva, é possível ponderar que ao longo desses anos a imagem do símbolo revolucionário de esquerda passou a ocupar lugar em outro universo que não o mundo da revolução, da esquerda, da luta armada ou das utopias socialista e comunista. O universo ocupado hoje por Che Guevara parece ser o do ambiente pop, de rebeldia juvenil, de negação pura e simples dos valores de uma sociedade marcada pelas novas tecnologias de comunicação e de informação. É a releitura do mito.

O mito, como afirma Rocha, parece mesmo estar sendo reinterpretado de forma ininterrupta. Essa transposição da percepção de Che pode ser considerada normal, de acordo com o sociólogo Michel Maffesoli, apontado por Juremir Machado da Silva como o único sociólogo “a praticar, realmente, uma sociologia com-

preensiva da comunicação”. Segundo Silva, com a sociologia compreensiva, Maffesoli pretende “mergulhar nos fenômenos complexos da comunicação (tudo aquilo que vai da mídia às formas de interação interpessoal) sem se submeter a uma lógica do *dever-ser*” (Silva, op. cit. p. 44.).

Percorrendo um caminho marginal à visão economista do dado social, Maffesoli parte para uma espécie de cesura entre a sociologia positivista, para a qual cada coisa é apenas um sintoma de uma outra coisa, e a sociologia compreensiva, “que descreve o vivido naquilo que é, contentando-se, assim, em discernir as visadas dos diferentes atores envolvidos” (Maffesoli, 1985, p. 25).

O que Maffesoli propõe é que a sociologia compreensiva seja o que ele costuma chamar de a “sociologia do lado de dentro”. “O pensador”, afirma, “não se deve abstrair; é que ele faz parte daquilo que descreve e, situado no plano interno, é capaz de manifestar uma certa visão de dentro, uma in-tuição” (Ibidem, 1985, p. 25). Na sociologia compreensiva, Maffesoli utiliza o formismo como metodologia, ou seja, a prática que estuda as formas da vida social. Maffesoli defende este recurso metodológico especialmente quando se pretende dar conta da força de estruturação da imagem de uma socialidade.

Em *O conhecimento comum*, Maffesoli pergunta o que é pertinente a um sociólogo se não “saber dar conta da riqueza do dado social, em perpétua ebulição” (Ibidem, 1985, p. 146). Em vez de reduzir a questão ao que chama de “menor denominador comum”, Maffesoli prefere “compreender, em sentido estrito, estes entrecruzamentos de paixões e razões, de sentimentos e cálculos, de devaneios e ações que se chama sociedade” (Ibidem, 1985, p. 146). Trata-se, portanto, de uma metodologia baseada na vida cotidiana, buscar apresentar as formas sociais como elas são. E para isso, é bom que se diga, não há um modelo pré-definido. Cada forma tem a sua especificidade. Como o próprio nome desta teoria nos diz, a sociologia compreensiva está mais interessada em compreender do que explicar. Compreender o social é mostrá-lo como ele se apresenta e não como gostaríamos que fosse.

Nas palavras de Silva, é o fluxo natural de um rio que, uma vez desviado, transformará também sua forma. Por isso, a sociologia compreensiva, a partir do conhecimento comum, evita desviar os leitos dos rios, não estabelece um *dever-ser* ao objeto social justamente para não mudar seu curso. Ao refletir sobre o papel da comunica-

ção nas sociedades pós e hiper-modernas, onde “tudo é permeável”, Maffesoli encontra no termo tribalismo uma forma de compreender essas sociedades. Segundo ele, este retorno do tribalismo “é causa e efeito de uma concepção cíclica do tempo” (Maffesoli, 2005, p. 123). O tribalismo reforça a idéia de encontro, de estar agregado e exalta o desejo de estar junto.



Che Guevara

As diversas celebrações estão aí para prová-lo, assim como a constituição das pequenas tribos; o ressurgimento da etnicidade coroando tudo isso, a repetição, o rito, o ciclo reforçam um sentimento vivido na proximidade. O rito, neste sentido, favorece, para o bem ou para o mal, o desencadeamento das paixões. Sua função principal, ou quem sabe a única, é ‘celebrar o clã, suscitar entre os seus membros a paixão por ele (Ibidem, 2005, p. 123).

A força do conjunto, cimentada pelo desejo de manter fortalecida a união social de determinado grupo, pode, permanentemente, revitalizar o mito, dando a ele uma nova feição, novas cores, novos conceitos e uma nova roupagem, adequada ao momento e adaptadas a seus objetivos. O pesquisador francês afirma:

Todo objeto ou fenômeno está ligado a outros e é por eles determinado. Em consequência, fica exposto à mudança e ao acaso ou, em síntese, à instabilidade geral das coisas (...) Da mesma forma, as categorias elaboradas numa determinada época não são eternas e devem ser revisadas se quisermos compreender, com menor imprecisão, a evolução em questão, cujos efeitos é muito difícil, empiricamente, negar (Maffesoli, 1998, p. 7).

A hipótese é de que a percepção da imagem de alguém ou de algum fenômeno, relato ou símbolo possa, de fato, vir a sofrer alterações com o passar do tempo, uma vez que “tudo se quebra, tudo passa, tudo cansa” (Maffesoli, op. cit. p. 8). Maffesoli acrescenta:

Quando os diversos elementos integrantes de uma determinada identidade não podem mais, por desgaste, incompatibilidade, fadiga, etc., permanecer ligados, entrarão, de maneiras variadas, em outra composição, favorecendo o aparecimento de outra identidade. (...) Talvez essa seja a única lei que possamos identificar no transcurso caótico das histórias humanas (Maffesoli, op. cit. p. 10).

Sob este viés, talvez o comportamento social justifique essa espécie de fragilização da força imagética de Che Guevara, 40 anos depois de sua morte. A partir da idéia de “desgaste” de Maffesoli, é possível considerar que esse fenômeno tenha deslocado o imaginário do revolucionário argentino, que não faz mais parte apenas dos discursos de partidos de esquerda, de alguns diretórios acadêmicos ou de sindicatos de trabalhadores.

Che Guevara está estampado em roupas e objetos em bancas de artesanato ao lado de astros da música pop, como o jamaicano Bob Marley ou o brasileiro Raul Seixas. Além disso, a imagem de Che também está presente no estádio de futebol – fato que parece ser ainda mais interessante. Integrantes de uma das torcidas organizadas do Sport Club Internacional, de Porto Alegre, a Camisa 12, participam dos jogos com uma enorme bandeira com a famosa imagem de Che.

Outras torcidas organizadas do país também utilizam o rosto de Che nas arquibancadas dos estádios, como as do São Paulo, do Flamengo e do Sport, de Recife. Integrantes da Camisa 12 consideram essas torcidas “irmãs” e não raro realizam eventos de confraternização. Essas torcidas parecem compor as tribos a que se refere Maffesoli, grupos que buscam, sempre, o *estar-junto*.

O exemplo do comportamento das torcidas organizadas repousa no pensamento de Maffesoli, para quem o conjunto social pós-moderno precisa, sempre, da emergência de neotribalismos baseados na necessidade de solidariedade e proteção que caracterizam os mais diferentes grupos e que cimentam o conjunto so-

cial. Por vezes, entidades, grupos e instituições se diluem.

Assim, surpreende constatar que as variadas instituições não são mais contestadas nem defendidas, mas simplesmente corroídas, servindo de nicho para microentidades baseadas na escolha e na afinidade. Afinidades eletivas que encontramos nos partidos, nas universidades, nos sindicatos e em outras organizações formais que funcionam segundo as regras de solidariedade de uma franco-maçonomia generalizada Maffesoli, op. cit. p. 7).

A própria dissolução dos metarrelatos e a pulverização das ideologias podem ter contribuído para que o imaginário do mito de Che Guevara sofresse um deslizamento ou até se desintegrasse. É possível perceber que sua imagem mitológica parece não representar mais o que representou um dia. Ao menos não com tanta intensidade. Parece ser o que Jean Baudrillard, em seus ensaios sobre fenômenos extremos, chama de “contaminação respectiva de todas as categorias, substituição de uma esfera por outra, confusão de gêneros” (Baudrillard, op. cit. p. 14).

A lei que nos é imposta é a da confusão dos gêneros. Tudo é sexual. Tudo é político. Tudo é estético. Simultaneamente. Tudo tomou sentido político, principalmente depois de 1968: a vida cotidiana e também a loucura, a linguagem, a mídia, assim como o desejo, tornam-se políticos à medida que entram na esfera da liberação e dos processos coletivos de massa (Ibidem, 1990, p. 15).

Ao tratar da liberação em todos os domínios, cuja coluna vertebral aborda a liberação social generalizada em qualquer sentido e direção, como “a sexual, a política, das forças produtivas, das forças destrutivas, da mulher, da criança, das pulsações inconscientes, da arte”, processos aos quais Baudrillard denomina de “orgia”, ele afirma “que tudo na sociedade contemporânea se contamina, se mistura, se contagia e se confunde, especialmente, a partir de 1968” – um ano depois da morte de Che Guevara.

É possível que Ernesto Che Guevara e seu mito tenham sido tragados pelo liquidificador da orgia a que se refere Baudrillard e, simplesmente, se pulverizaram em meio à confusão de fenôme-

nos de uma sociedade que vive sob o manto da globalização, que tudo mistura e confunde, e é marcada pelo efêmero, pelo fugaz.

NOTAS

* Jornalista, mestrando em Comunicação pela PUCRS e professor de Jornalismo da PUCRS e na Unisinos/RS/BR

REFERÊNCIAS

BAUDRILLARD, Jean. **A transparência do mal: ensaio sobre fenômenos extremos**. São Paulo: Papirus, 1990.

CASTAÑEDA, Jorge. **Che Guevara: a vida em vermelho**. São Paulo: Cia das Letras, 2006.

DURAND, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: Difel, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **O conhecimento comum: compêndio de sociologia compreensiva**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

_____. O imaginário é uma realidade. In Revista Famecos, **Mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre: Edipucrs, n. 15, 2001.

_____. Mediações simbólicas: a imagem como vínculo social. In Revista Famecos, **Mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre: Edipucrs, n. 8, 1998.

_____. A comunicação sem fim (teoria pós-moderna da comunicação). In Revista Famecos, **Mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre: Edipucrs, n. 20, 2003.

_____. **A transfiguração do político: a tribalização do mundo**. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MORIN, Edgar. A comunicação pelo meio (teoria complexa da comunicação). In Revista Famecos, **Mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre: Edipucrs, n. 20, 2003.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso: introdução à análise de discursos**. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

ROCHA, Everardo. **O que é mito**. São Paulo: Brasiliense, 1999.

RUIZ, Castor Bartolomé. **Os paradoxos do imaginário**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

SARTRE, Jean Paul. **A imaginação**. São Paulo: Difel, 1985.

SILVA, Juremir Machado. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

TACUSSEL, Patrick. *A sociologia interpretativa*. In Revista Famecos, **Mídia, cultura e tecnologia**. Porto Alegre: Edipucrs, nº 18, 2002.