



Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia

ISSN: 1415-0549

revistadafamecos@pucrs.br

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Brasil

Hugon, Stéphane  
O Brasil mítico dos franceses  
Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 31, diciembre, 2006, pp. 20-23  
Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul  
Porto Alegre, Brasil

Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=495550187003>

- Como citar este artigo
- Número completo
- Mais artigos
- Home da revista no Redalyc

re<sup>2</sup>alyc.org

Sistema de Informação Científica  
Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe, Espanha e Portugal  
Projeto acadêmico sem fins lucrativos desenvolvido no âmbito da iniciativa Acesso Aberto

# O Brasil mítico dos franceses\*

## RESUMO

O artigo destaca a imagem que os franceses têm do Brasil através da mídia, principalmente dos veículos impressos. Segundo o autor, essa adoração sentida por um país tão cartesiano quanto a França não é gratuita, mas se dá por um vazio indicial de mutação do ethos francês e de uma saturação de valores.

## PALAVRAS-CHAVE

- culturalismo
- imaginário
- mídia

## ABSTRACT

*The article points the image that French have of Brazil through the media, mainly of the media printed. According to the author, that adoration felt by a country as cartesian as France is because an emptiness indicial of mutation of the French ethos and of a saturation of values.*

## KEY WORDS

- culturalism
- imaginary
- media

**É** a história de uma velha dor. A França repeliu a influência barroca em um contexto que, verdade seja dita, não se resume a uma questão de estilo. Desde Francastel, se conhecem as relações secretas da arte e da sociedade. Mas nosso imaginário guarda o sentimento de que uma parte importante da nossa cultura gerou uma força repulsiva – e, secretamente, uma potência de atração e de fascinação – para todas as estéticas que se constroem pela mistura, pelo imediatismo, pela ondulação e pela beleza dos corpos. Ora, cada um de nós sabe que os desejos passados retornam silenciosa e incessantemente. Sob as diversas formas dessa velha dor, pois, as imagens vêm freqüentar o imaginário francês, até que o faça perder a cabeça. E Ors, que bem havia identificado essa dinâmica, havia proposto o termo éon, que poderia ser conjugado em dois lugares e tempos diferentes. Não uma data, que se esquecerá, mas antes uma energia, um sopro. É, talvez, desse sopro que eu gostaria de falar, pois exerce hoje uma força de fascinação nos franceses por toda uma parte da cultura brasileira.

Essa adoração, quase pagã, experimentada por um país tão cartesiano como a França, é um indício muito interessante de se comentar, pois, para além do aspecto excessivo ou fútil que isso não deixa de ter, existe, provavelmente, um vazio, o signo indicial de uma mutação profunda do ethos francês, de uma certa saturação dos valores que nos constituíram e que, no contexto de denegação, característico da nossa época na Europa, abre espaços para o imaginário e o cotidiano se estenderem. Se os valores ocidentais esclareceram o mundo do século XVIII até o limite, deve-se, hoje, levar em conta esses indícios. Eu gostaria, pois, de mostrar alguns desses indícios da fascinação dos franceses pela cultura brasileira, fascinação essa que se manifesta nas mídias; e, por meio deste artigo, mostrar também como a velha estrutura racional-substancialista ocidental se vê transbordada pelo ressurgimento de um imaginário pós-moderno que o Brasil constitui – reinterpretado e idealizado no espírito dos franceses – como um horizonte mítico.

## Abundância de imagens

Se, como ponto de partida, se constata uma potência viral da imagem brasileira através da mídia, é preciso assinalar que um bom número de jornais franceses destacou essa força iconofílica. Os Cahiers du Cinéma (10/2005), dentro da sua tradição bem analítica, Vogue (06-07/2005), Elle-decoração (11/2005), Connaissance des Arts (03/2005), e mesmo Playboy (02/2005) são apenas alguns exemplos; e um bom número de revistas noticiou, a partir do Brasil, o deslumbramento e a força de sedução pela imagem,

**Stéphane Hugon**  
CEAQ – Sorbonne

dos corpos, e, por assim dizer, de tudo o que requer a força da aparência. Mas, claro, outros jornais – como também o cinema e a televisão – também noticiaram um monte de imagens brasileiras relacionadas à natureza, à pobreza, à violência e à questão da cidade e do espaço. Para além de uma análise propriamente do conteúdo, nota-se uma forte convicção de um imaginário brasileiro sobre o espírito francês com a descoberta seja de um modelo alternativo às tradições européias, seja de uma forma de respostas às aporias da atualidade social e econômica. Os grandes temas valorizados pelo público francês alimentam esse Brasil mítico.

Entre eles, observemos rapidamente, está a capacidade de sintetizar influências, sincretismos religiosos, origens culturais mistas e territorialidades heterogêneas. Lá onde a França questiona sua cultura ao mesmo tempo paternalista e piramidal, o Brasil aparece como um modelo de construção do coletivo fundado sobre culturas muito contrastadas. A França, atualmente, interroga seu modelo republicano e sente um mal-estar com a questão da comunidade e dos territórios identitários. Enfim, lá onde a França malogra em reconhecer uma cultura coerente a partir de uma concatenação de identidades variadas, o Brasil consegue construir um belo mosaico em um sistema que se enriquece de suas diferenças. Tanta capacidade de colocar em rede um espaço tão contrastado é o que, talvez, espante hoje os franceses. É, em todo caso, o que aparece de maneira talvez parcial mas bem real, em um certo número de publicações.

### **Imaginário e formas de subjetividade**

O Brasil mítico revela aos franceses um ponto de saturação de sua própria cultura. Se a modernidade européia havia proposto como modelo do sujeito social um indivíduo marcado por uma dinâmica de emancipação, os franceses hoje parecem mais fascinados por formas de subjetividades sociais novas, ou pós-modernas, que se fundam no contexto da relação. De fato, o sujeito europeu se constrói por meio de três grandes lutos que lhe permitirão se constituir como indivíduo. Luto da relação com o outro, primeiro. No contexto mais psicossociológico, sabe-se que o sujeito só chega ao estado da palavra, a um estado social pela lei paterna; isto é, pela ruptura no continuum criança-mãe-mundo. O grande medo do nosso Ocidente foi o da alienação ou a intromissão do outro em nós mesmos. A contrario, o momento emblemático de nossas culturas democráticas será um momento de solidão, aquele do cidadão mestre de si mesmo – “como do universo”, segundo Descartes. A convicção íntima é, antes de tudo, uma privação do olhar do outro. Essa ruptura é a condição de fazer do homem um homem; ela é um pilar do imaginário patriarcal europeu.

O segundo luto é o imperativo do distanciamento da massa. A Europa continua marcada por um ima-

ginário higienista do fim do século XIX. Os textos de Fournial, de Le Bon ainda ressoam; a massa dava medo. Ela lembrava, provavelmente, que todo homem é, secretamente, o membro de uma matilha, à que obedece por instinto e por algum reflexo animal. A multidão exalta a paixão, os corpos e a violência: três elementos temíveis para nossa tradição judaico-cristã. O terceiro luto é aquele da nossa relação com a natureza e a terra. Não depender mais das nossas condições naturais foi, por muito tempo, um ato de libertação, constitutivo da identidade e de uma etapa antropológica em direção ao progresso. O meio ambiente era, pois, uma coisa da qual se devia se desprender. Toda uma filosofia foi construída para ultrapassar essa condição, e o imperativo técnico foi uma das consequências diretas disso. Observa-se que, hoje, a relação com a natureza se transforma e que de uma verticalidade sucede uma forma racional mais “horizontalizada”. Como um bom número de países, a França não escapa dessa histeria orgânica. Aqui, as imagens exibidas do Brasil pela mídia agem como verdadeiros ícones: forças secretas da natureza. Mas também se trata da natureza humana evocada aqui, ou seja das formas de saberes e de tradições. A temática do meio ambiente impregna toda a sociedade.

A pós-modernidade emergente corrói, pouco a pouco, essa concepção trilogica do sujeito, e é necessário indicar, de modo às vezes esporádico, ou de maneira mais urgente – mesmo catastroficamente – a saturação dessa forma de subjetividade. O Brasil passa a ser um modelo. Michel Maffesoli dirá que esse país é um “laboratório da pós-modernidade”. A maneira com a qual os franceses souberam captar alguns imaginários brasileiros indica claramente que uma outra forma de subjetividade está na ordem do dia. À figura da racionalidade e da autonomia do sujeito, que foi o modelo europeu, se aglomeraram imagens de fascinação pelos momentos nos quais, justamente, não se é totalmente um “si mesmo”. São abundantes as imagens nesse sentido. O carnaval, que para os franceses é antes um jogo de máscaras e de identidade, produz para nós ao mesmo tempo medo e desejo. Para além desse elemento tipicamente brasileiro, a entrega de si através dos papéis sociais e de pseudônimos emerge na contemporaneidade. A autonomia moderna passou. E nós vagabundeamos hoje no que Michel Maffesoli chamou de “identificações sucessivas”, de cujo modelo ideal-típico o Brasil é autoridade.

Sem querer reduzir o carnaval a um simples jogo de máscaras, observemos, porém, que, graças a isso, um bom número de franceses começa a compreender, e talvez a aceitar, o que já agia neles mesmos, um sair de si marcado de rituais e de teatralizações do elo social e do corpo coletivo. A relação com a massa é, provavelmente, o que mais fascina os franceses que são freqüentemente embalados pelos imaginários do individualismo. A França, hoje, é levada

por uma onda de manifestação de subjetividade coletiva que se exprime seja de modo indiretamente pelo consumismo, pelo turismo, seja mais diretamente nos eventos esporádicos como paradas e desfiles urbanos. Precisam de um pretexto – por pseudomorfose diria Michel Maffesoli – para se autorizarem a existir. O modelo brasileiro nunca é muito distante, seja esteticamente em torno dos imaginários corporais e da dança, seja de maneira mais secreta, em relação ao espaço como uma anagrama na estrutura do acontecimento, para retomar uma palavra baudriallardiana.

### Imaginário e mídia. Do espetacular ao especular

Se a mídia tem um papel importante – a imprensa, sobretudo – no processo de equilíbrio dos poderes em países como a França, principalmente no século XIX, a chamada “idade de ouro” da imprensa, é preciso reconhecer que seu impacto não é mais hoje o que era antes. Atualmente, a imprensa diária francesa é submetida a uma forma de erosão que faz com que a difusão dos grandes diários nacionais alcance 150 mil exemplares ao dia para, reparem bem, uma população de 60 milhões de pessoas. Os grandes títulos como *Libération* ou *Le Monde* não têm mais o impacto como no pós-guerra. Pode-se dizer, quanto a esse aspecto, que cada período tem com a mídia uma relação de correspondência íntima. Assim, durante essa grande fase da escrita, a do fim do século XIX até os anos 70, a figura do jornalista de informação foi caracterizada por todo um imaginário detentor do contra-poder. O ecossistema midiático dessa época tinha dois objetos-chave, o da informação, como substância e arma política, e o do leitor, entendido aqui como um indivíduo dotado de um espírito crítico.

Depois, a imprensa escrita se viu um pouco ocultada pela explosão audiovisual que na França rompeu a lei da univocidade e que o general De Gaulle chamou de a “voz da França”. A explosão da imagem nos meios franceses pode ser, igualmente, interpretada como sincronicidade com o fenômeno de despolitização da vida social, e, talvez, de “remagificação do mundo”. Desde então, a postura crítica do leitor perde lugar, para o melhor e para o pior, para uma necessidade de mitificação, ou de reenchantamento. É o deslizamento de uma sociedade iconoclasta e de uma cultura que desconfia da imagem em direção a um mundo que se constrói pelas (e em torno das) imagens. A mídia não é mais apenas um lazer, um meio secundário em relação a uma vida social construída sobre outros modos de circulação das idéias. A mídia se torna um modo de auto-representação do público, uma maneira de se representar ela mesma.

Repensemos o que Durkheim dizia do ritual que toda sociedade tem necessidade de fazer para “confortar a idéia que ela tem dela mesma” e para se “refazer moralmente”. Desse ponto de vista, o espe-

táculo, se é que podemos dizer assim, ou seja a projeção do mundo operada pela mídia, repercute, de uma forma simbolizada e, às vezes, bastante enfática, na estruturação secreta de uma determinada sociedade. Aqui, a circulação das imagens mantém a coesão e a coerência social. Como indica Cristiane Freitas Gutfreind, o imaginário é aqui o mais próximo do real. Há, pois, uma relação cruzada do público e da mídia. Em sentido reverso, o espetacular se torna especular. Esse processo teve lugar, igualmente, no Brasil, em diferentes modalidades. Hoje, a imagem é imiscuída no cotidiano. Juremir Machado da Silva lembra essa curiosa inversão na qual as novelas televisivas tornam o real fictício, enquanto os jornais fazem uma ficção do real. Se para a França o deslizamento em direção a uma estruturação social pela imagem apresenta ainda um certo amargor, velho traço do nosso iconoclasmo de base, para outras sociedades como o Brasil, isso parece mais imediato. Os franceses percebem no Brasil um país multifacetado. É provável que a Europa viva ainda, de uma certa maneira, esse interminável distanciamento crítico, e parece que esse falso pudor seja próprio de um reflexo bem europeu.

Distância do objeto e do sujeito, distância do real e da ficção, distância do bem e do mal, e da qual A. Corbin lembra que é uma postura espectral, fundamentalmente filosófica da nossa cultura ocidental; essa ruptura cedeu lugar a uma distância social e a uma dificuldade em face da representação. Observa-se uma defasagem, tal como diz Michel Maffesoli, entre uma sociedade que se diz e uma sociedade que se vive. As diversas tentativas de assimilação dessa distância, com o objetivo de se entregar à experiência do mundo – mergulhar na imagem – contra toda mediação conceitual continuam presentes na história contemporânea de nossa cultura. De Constantin (século V) até Guy Debord, a fascinação que as imagens exercem ainda dão medo. É esse o jogo da brasilidade que nos mostra a mídia, aquele de nos reconciliar com o que nos fascina. ■ FAMECOS

### NOTA

- \* Texto traduzido do francês por Eduardo Portanova Barros (doutorando PUCRS/bolsista CNPq).

### REFERÊNCIAS

- CORBIN, Alain. *L'homme et le paysage*. Paris: Textuel, 2005.
- DURKHEIM, Emile. *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. Paris: F. Alcan, 1927.
- FERNANDEZ, Dominique. *La perle et le croissant*. Paris: Plon, 1995.

MACHADO DA SILVA, Juremir. *Brésil, Pays du présent*. Paris: Desclée Brouwer, 1999.

MAFFESOLI, Michel. *Au creux des apparences*. Paris: Plon, 1990.

SPENGLER, Oswald. *Le Déclin de l'Occident*. Paris: Gallimard, 1948.

#### **FONTES DA IMPRENSA**

*Latitudes* n° 24 – Septembre 2005 – Alfredo Margarido, un parcours à contre-courant.

*Cahiers du Cinéma* – Supplément au n° 605 – Octobre 2005.

*Elle Decoration*, n° 150, novembre 2005 – un article « La Terre à Quatre Mains »

*Courrier international* – n° 830 – 28 sept. 2006 – Les deux Brésil – Un numéro dédié au Brésil et aux élections.

*Le Monde 2* – Spécial Brésil – Brésil indien, africain, européen et utopique: quatre visages de la première puissance d'Amérique Latine – juillet/août 2005

*Vogue* n° 858 – Juin/Juillet 2005 – Sensualité joyeuse et féminité exacerbée illustrent la jeune création brésilienne.

*Saveurs* – n° 140 – mars/avril 2005 – Le magazine de l'art de vivre gourmand – La cuisine à Salvador de Bahia avec des recettes.

*L'Express* du 21/3/05 – Une succession d'événements culturels prestigieux va marquer l'Année du Brésil en France.

*Télérama Hors Série*, n° 127 – 16/3/05 – Trésors d'Amazonie: L'art des Indiens du Brésil au Grand Palais.

*Le Figaro Magazine* du 5 mars 2005.

*Connaissance des Arts* – Mars 2005 – n° 625 – Le magazine des amateurs d'art : Spécial Brésil avec Niemeyer – Plumes d'Amazonie au Grand Palais

*Playboy* – Février 2005: Spécial Brésil – 60 pages tropicale. La France vue du Brésil et le Brésil vu de France : duel au soleil entre les rédactions de Rio et Marseille.