



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

Pantanal Mato-Grossense: da exaltação poética a mídia de massa.

Epaminondas de Matos Magalhães (UNEMAT) ¹

Resumo:

O presente artigo se propõe a discutir a imagem exótica e estereotipada do Pantanal mato-grossense, elaborada mitificamente, *a priori*, pelo poeta Dom Aquino Correa, no início do século XX e reaproveitadas pelas mídias na contemporaneidade atendendo aos fins específicos do capitalismo e da pós modernidade.

Palavras chave: Manoel de Barros, mídia, poética da inutilidade.

Abstract:

This article aims to discuss the image of the stereotypical exotic and Pantanal, mitificamente the media in the contemporary view of the specific purposes of capitalism and post modernity.

Keywords: Manoel de Barros, media, poetical of uselessness.

ÚLTIMO OLHAR

Pára, contempla, observa: Não são
miragens
De um mundo perdido no tempo ou no
sonho.
Em que a vida brincasse de fazer coisas
imensas e pequenas coisas misteriosas.
Não é uma terra fora da Terra e do
presente.
Visão, alegoria, fábula.
É o aqui e o agora de um Brasil que é
teu e desconheces.
São as árvores, os bichos, as águas,
Os crepúsculos
Do Pantanal Mato-grossense
Todo um mundo natural
Que pede para ser compreendido,
amado, respeitado.
Olha bem, olha mais. Cada imagem é
uma história

¹ Doutorando em Letras- Teoria da Literatura pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Professor assistente da Universidade do Estado de Mato Grosso-UNEMAT.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

E cada história um aviso, um anúncio,
uma anunciação.[...]
(Carlos Drumond de Andrade)

Neste artigo buscaremos discutir o aproveitamento da poética de Dom Aquino Correa, que exalta o Pantanal Mato-Grossense, pela mídia, em especial, a mídia mato-grossense, que segue a mesma vertente exótica da poética aquiniana, para compor o universo de representação deste Estado e seus cenários. Para elucidarmos um pouco a questão, abordaremos, antes, alguns elementos da poética de Dom Aquino Correa.

Francisco de Aquino Correa nasceu em Cuiabá em 1885, teve uma imensa influência política e literária no Estado. Em 1915 é nomeado bispo, sendo o mais novo do mundo e em 1917 o governador mais jovem do país. Em 1926 ingressa na Academia Brasileira de Letras, sendo, o primeiro mato-grossense a pertencer a esta instituição.

Fundador do Centro Acadêmico de Letras, atual Academia Mato-Grossense de Letras e do Instituto Histórico e Cultural de Mato Grosso, escreveu poemas, destacando-se os livros *Odes*, de 1917, *Terra Natal*, em 1919, além de uma série de sermões e discursos políticos.

Dom Aquino é um poeta de *formação clássica, tinha no modelo parnasiano o seu ideal artístico* (MAGALHÃES, 2001, p.41). A poesia de Dom Aquino *sela, pois, o seu compromisso com a perfeição formal e os sentimentos nobres, ligados à terra e à religião.* (Ibid, 2001, p. 43). Neste ínterim, há em Dom Aquino uma exaltação da terra, o que se insere a relação com o universo pantaneiro, sendo apresentado em seus poemas na dimensão exótica e mítica *Eis aqui, sempre em flor Mato Grosso, /Nosso berço glorioso e gentil! /Eis a terra das minas faiscentes, /Eldorado como outros não há.* (Aquino, 1985, p. 37). Neste versos, vemos, nitidamente, a exaltação da terra, de sua gente e a mitificação de Mato Grosso com o Eldorado.

O mito do Eldorado, muito presente em filmes, tais como os de Indiana Jones, entre outros, em Mato Grosso traz a presentificação do passado da exploração aurífera no Estado,



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

século XVII, nas cidades de Vila Bela da Ss. Trindade e Cuiabá. A apropriação do ideal do eldorado para Mato Grosso em pleno século XX, metaforicamente, servem para representar a grandeza do passado que forma a identidade deste Estado e o futuro de esplendor que se ergue.

Retomando o corpus deste artigo, o pantanal aparece na poética de Dom Aquino como ambiente grandioso e nobre *balisando a amplidão dos verdes pantanais* (Aquino, 1985, p. 54), onde é possível o desenvolvimento de uma tessitura mítica que encontra lugares específicos para desenvolver aspectos novos que se renovam de acordo com a criação poética.

O aspecto mítico está intrinsecamente ligado ao fato de que o poeta foge as normalidades, criando um pensamento primitivo e seres que se diferem dos demais pelas atitudes e atividades que desenvolvem.

Nessa perspectiva, citamos as considerações de Mielietinski (1987, p. 19) acerca do mito, uma vez que para o autor *todo grande poeta tem a missão de transformar em algo integral a parte do mundo que se lhe abre e da matéria desta cria sua própria mitologia*.

Segundo Abbagnano (2000, p. 675) o mítico nunca apresenta uma situação real e concreta, mas *opõe-se a ela, no sentido de que a sua representação é embelezada, corrigida e aperfeiçoada*. Essa visão aperfeiçoada e embelezada pode ser percebida nos versos do poema *Corumbá*. Aqui nos cabe fazer um parêntese histórico e mencionarmos que a divisão do Estado em Mato Grosso e Mato Grosso do Sul se deu em 1979, portanto, Corumbá, hoje cidade de Mato Grosso do Sul, pertencia ao universo mato-grossense.

*Qual outrora, ao mirífico arripio
Da onda azul do mar Jônio, a deusa Vênus,
Assim nasceste, sob os céus serenos,
À flor do lindo pantanal bravio
(Aquino, 1985, p. 55)*

A ideia do Pantanal está intimamente ligado a visão mítica, algo desenhado pelos deuses. A metáfora *flor* é perfeita para pensarmos a própria dimensão do pantanal que é inundável de



EDIÇÃO Nº 13 — 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

tempos em tempos, portanto floresce e se renova de tempos em tempos e as cheias de novembro a março, quebram com a visão seca da vida e traz o colorido ao universo pantaneiro.

A ideia mitificada de Mato Grosso e, conseqüentemente, do Pantanal, gestadas por Dom Aquino Correa em seus poemas recobram as imagens do passado, romantizada, e projetam/consolidam, na contemporaneidade, essa visão mitificada. É neste ponto que lançamos nossa hipótese, pois é reapropriação mítica que encontramos latentes em propagandas, músicas e outras representações midiáticas.

Desta forma, as imagens apresentadas no texto poético nos fornecem uma visão cinematográfica, belíssima, apresentando os elementos enaltecidos do Pantanal (jacarés, tuiuiús, seriemas, etc). Assim, discorreremos, a seguir, acerca da relação entre essa visão enaltecida da terra e do universo pantaneiro nas propagandas e algumas músicas na pós-modernidade.

1-Sob o signo do Paraíso: o aproveitamento da poética de Dom Aquino pela mídia.

Compreender a mídia como produto de massa, que influencia nos referenciais do sujeito/espectador, requer, antes, a compreensão do meio em que este instrumento se insere: a cultura. Ao longo dos séculos o conceito de cultura vem sofrendo inúmeras discussões e com o advento dos estudos culturais há uma posição de se pensar que a cultura traz *propostas pelas grandes mudanças históricas que as modificações na indústria, na democracia e nas classes sociais representam de maneira própria e às quais a arte responde também, de forma semelhante.* (HALL, 2003, p. 125).

A pós modernidade, como conseqüência, da globalização encara a mídia como produto de massa, que para além, também, das influências sobre as perspectivas do homem pós moderno, possibilita a interação entre o local e o universo, o público e o privado, conforme afirma Piccinin(2000, p. 41) a mídia é *ponte entre as interações entre a cultura mundial e a cultural*



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

local, entre o público e o privado como nos diz Touraine quando defende a idéia de que a cultura de massa penetra no espaço privado, ocupa grande parte dele e, como reação reforça a vontade política de defender uma identidade cultural, o que leva à recomunitarização.

Como veremos a seguir nas propagandas a temática poética de Dom Aquino Correa, particular, própria a Mato Grosso, na contemporaneidade passa a ser objeto da mídia como produto de massa diluindo as fronteiras entre o privado e o público, pois, de certa forma, para além das fronteiras de Mato Grosso, o pantanal passa a ser conhecido e imaginado como um ambiente exótico.

Assim, cultura não pode ser resumida a questões econômicas ou políticas, simplesmente, mas entendida sob diversos fatores, relacionando com as práticas sociais para a compreensão de quem somos e como nos inserimos no universo que nos cerca e como este universo passa a ser visto pelo olhar do outro e como são construídos os materiais para que esse outro. Neste sentido, a poética de Dom Aquino, presentificada no contexto pós moderno, sob as novas mídias, um universo que passa a ser mitificado e consolidado como real, passando a ser parte da identidade dos que a vivem. Segundo Adorno, o homem pós moderno perdeu os referenciais, daí a grande busca de afirmação de uma identidade e como tal há uma busca nas origens e tradições, pois isso comporá as marcas de sua identidade. (Adorno, 1985, p.113)

Hall (2003, p. 133) encara *a cultura como algo que se entrelaça a todas as práticas sociais; e essas práticas, por sua vez, como uma forma comum de atividade humana: como práxis sensual humana, como a atividade mediante através da qual homens e mulheres fazem a história.*

Para começarmos a pensar a construção da identidade cultural proposta por Dom Aquino, poeta mato-grossense e reelaborada, sem perder a essência, pelas mídias, criando um imaginário coletivo, tomaremos o seguinte fragmento da música *Sagrado Coração da Terra*, de Marcus Viana.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

Gente que entende e que fala a língua das plantas, dos bichos. Gente que sabe o caminho das águas, das terras, do céu, velho mistério guardado no seio das matas sem fim, tesouro perdido de nós, distante do bem e do mal. Filho do Pantanal. Lendas de raças, cidades perdidas nas selvas do coração do Brasil. Contam os índios de deuses que descem do espaço no coração do Brasil, redescobrimo as Américas quinhentos anos depois [...]. (VIANA, 1990).

O trecho da música *Sagrado Coração da Terra*, de Marcus Viana, apresenta a exaltação de um mundo mágico e paradisíaco e o homem que habita esse universo, o Pantanal, é um ser em perfeita comunhão com a natureza, *gente que entende e que fala a língua dos bichos e das plantas*. Cabe-nos destacar que a música em questão foi escrita em 1990 e as mesmas imagens gestadas, naquele momento, são retomadas atualmente pela mídia e pela propaganda do Estado de Mato Grosso, principalmente, após o anúncio de Cuiabá como uma das capitais sede da copa de 2014.

Eco (1993) afirma que há um aproveitamento de símbolos pela mídia.

Os mass media tendem a impor símbolos e mitos de fácil universalidade, criando “tipos” prontamente reconhecíveis e por isso reduzem ao mínimo a individualidade e o caráter concreto não só de nossas experiências como de nossas imagens, através das quais deveríamos realizar experiências. (1993, p. 41)

Tanto a música *Sagrado Coração da Terra*, tema da novela *Pantanal*, como a própria novela em si criaram uma imagem do homem pantaneiro mitificado: boiadeiro, bravo, forte, honrado, que enfrenta as intempéries da terra com as próprias mãos, que não se exime em se embrenhar mata adentro para sua sobrevivência, que sabe lidar com a terra e tem uma comunhão perfeita com Pantanal. O pantanal, neste caso, é um espaço estereotipado, muito próximo da poética de Dom Aquino. É importante ressaltarmos que o pantanal nos é apresentado, nas propagandas e na poética de Dom Aquino como espaço mítico, como podemos perceber:

*No teu verde planalto escampado,
E nos teus pantanais como mar.* (1985, p. 37)



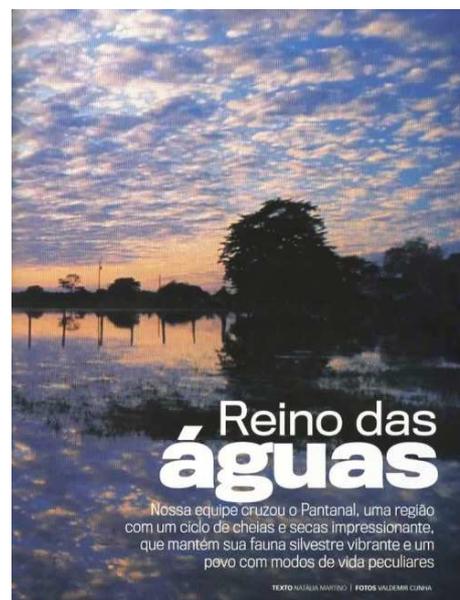
EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

O verso *nos teus pantanaís como mar*, para além da comparação, segundo os estudos de Mário Cezar Silva Leite acerca do Pantanal apontam que em meandros de 1703, o Pantanal era narrado pelos colonizadores Espanhóis como o *Mar de Xaraés*.

O mito aponta que Mato Grosso seria o fundo do mar de épocas remotas e o Pantanal, planície inundável de tempos em tempos seria os resquícios dessa época. Isso cientificamente poderia ser comprovado pela água salobra de alguns rios da região. Na figura ao lado, capa da revista *Terra da Gente*, da Rede Globo, há a reatualização mítica do pantanal como o *Mar de Xaraés*, presentes em versos de Dom Aquino Correa *Do velho oceano azul, beija-te ainda/O mar dos Xaraés, o mar dormente*.(1985, p. 40), pois a própria foto possibilita a imagem do horizonte e da imensidão do pantanal, aproximando-o ao mito do Xaraés.



No célebre poema de Dom Aquino, *Pantanal* vemos claramente essa visão exótica e mitificada do espaço, novamente aparece a imagem do Pantanal como mar, de águas verdes.

Pantanal

Verde mar de gramíneas, mar parado,
Que os corixos, qual serpe desconforme
De cristal, vão cruzando, lado a lado,
O imenso pantanal se estira e dorme.

Pasta, em manadas plácidas, o gado,
Lá foge um cervo. E, de onde em onde, enorme,
Como velho navio abandonado,
Uma árvore braceja a copa informe.

Não vibra um eco só de voz alguma:
Ao longe, silencioso e desmedido,



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

O bando das pnalntas lá se perde.

Mas, de repente, em amplo vôo, a anhumã
Enche do seu nostálgico gemido,
A infinita soidão do plaino verde.

Os versos demonstram o Pantanal como grande, imenso, adjetivado e personificado, pois aos poucos o pantanal vai ganhando vida no tecido do texto poético.

O pantanal como região passa a ser desenhada oficialmente no século XVII. Taunay diz que o *Pantanal chama os cuiabanos a umas vargens muito dilatadas, que começando no meio do Taquari, vão acabar quase junto ao mesmo rio Cuiabá.* (TAUNAY, 1981, p. 23).

O próprio Levi Strauss (2007) quando se embrenha a conhecer os índios Bororos e Kadiwé reconhece o aspecto mítico do pantanal ao retratá-lo como região *selvagem e triste e maior pântano do mundo.*

É fato que a mídia, no contexto da pós modernidade, aproveita de todos os elementos possíveis para galgar espaço na difusão de informações e na elaboração do imaginário social, é neste ponto que pretendemos discutir a questão do aproveitamento da poética de Dom Aquino Correa das décadas de 10 e 20, do século XX na construção do imaginário social contemporâneo que se torna tão vivo e presente nas imagens televisivas e nas propagandas.

As pessoas são circunstanciadas pelas representações midiáticas a todo o momento e, por sua vez, são influenciadas por todas essas representações, passando a construir um imaginário coletivo, condicionando sua forma de interpretação, neste caso da natureza, sob esses pontos.

A maior parte da produção midiática volta-se para a comunicação em massa, neste sentido, as propagandas divulgadas pelo Estado e, principalmente fora dele, atendendo a ideia de propagação do potencial turístico, acabam condicionando e criando um Pantanal exótico, inóspito e intocável.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

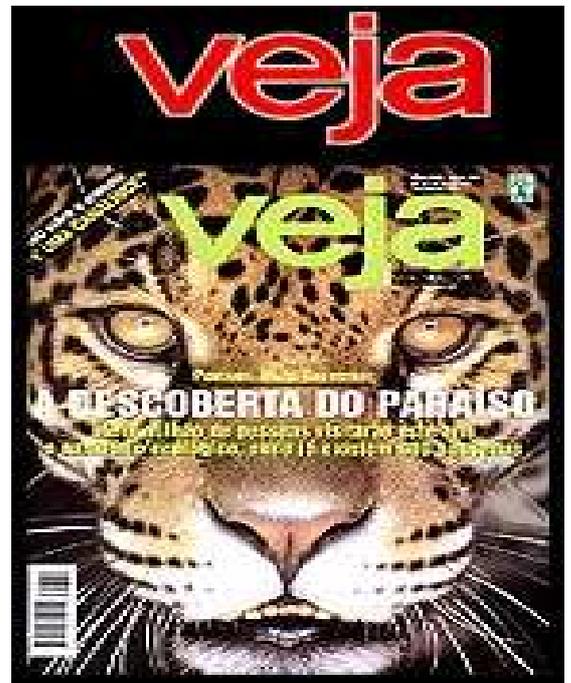
Em 2 de julho de 1999 a revista *Veja*, trouxe na capa *A descoberta do Paraíso*. As nove páginas de reportagem apontavam o pantanal como um paraíso edênico, visão que vai se constituindo e se consolidando cada vez mais, através das imagens da copa.

O clima inóspito, a natureza agreste, as imensidões inundadas, o isolamento – foi isso que garantiu a preservação do Pantanal até hoje. Nenhuma outra região brasileira, nem mesmo a Amazônia, continua tão intocada quanto a planície pantaneira. (GOMES; VILLELA, 1999).

A capa da Revista traz o elemento máximo da vida selvagem do universo pantaneiro: a onça pintada. Aqui o pensamento de Eco (1993) sobre a mídia de massa se encaixa perfeitamente ao trazer os símbolos reconhecíveis de uma dada cultura.

No trecho da reportagem, transcrito acima, a ideia do isolamento, por exemplo, não se aplica, pois o pantanal pode dificultar alguns recursos tecnológicos, contudo não priva as comunidades destes recursos. Assim sendo, o pantanal é apresentado de forma estereotipada, como um ambiente exótico e intocado. As próprias apresentações, pela televisão, acerca do Pantanal, sempre se iniciam sobre um clima de mistério, de descoberta, como se o Pantanal fosse inabitável. Segundo Eco (1993, p. 42) a mídia de massa *dão ao público, portanto, somente o que ele quer, ou, o que é pior, seguindo as leis de uma economia baseada no consumo e sustentada pela ação persuasiva da publicidade, sugerem ao público o que este deve desejar.*

Assim, cumpre-nos destacar que:





EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

O mundo contemporâneo vive uma forte tendência à globalização econômica, sustentada em grande parte pelo poder de penetração das mídias. Ora, a globalização econômica visa, naturalmente, à maximização dos lucros e à exclusão das diversidades em favor de uma essência totalitária: sua lógica é mercantilista, seus produtos, mercadoria. Nessa perspectiva, a mídia e os fenômenos que se representam em seu meio – os textos midiáticos –, bem como a ordem lógica, formal, emocional, ou moral que encerram estão articulados num universo próprio, industrialmente construído, mundo mercadoria, que, como qualquer outro produto acabado, é oferecido ao mercado global, cuja dimensão fundamental reside no seu valor ontológico de princípio gerador do real (DUARTE, 2000, p. 24).

A mídia gera um sentimento de uniformização na compreensão das representações e neste se inscreve as representações midiáticas do Pantanal Mato-Grossense. A mídia influencia nos referenciais de como as pessoas encaram o mundo, estabelecendo uma ordem significativa homogênea, que de acordo com Eco (1993, p. 41) *difundindo por todo o globo uma “cultura” de tipo “homogêneo, destroem as características culturais próprias de cada grupo étnico*. Essa representação do pantanal exótico acaba diluindo os diferentes grupos étnicos e as diferentes identidades que compõem Mato Grosso, pois criam uma representação calcada, apenas, no cenário pantaneiro.

Em 2007, a rede Globo, através do Programa Globo Repórter, edição de 03/08/2007 tinha como tema os *Diferentes Pantanaís*, na abertura do Programa o apresentador propunha, conforme transcrição do Portal da Globo, a seguinte chamada:

Vamos viajar pela mais exuberante reserva da vida selvagem do Brasil. Pantanal, até a última fronteira. Nossos repórteres frente a frente com a onça pintada. O que aconteceu? Vamos mostrar animais nunca vistos no Pantanal, conhecer o canto de amor dos jacarés, a garça real, o pássaro cor-de-rosa e a ave das penas azuis. A beleza da gigantesca vitória-régia e a menor planta aquática do planeta. A árvore que é uma farmácia natural, quantas surpresas, quantas ameaças nesse paraíso que o mundo admira. Nos acompanhe nessa aventura pelo coração do Brasil. Uma produção do Globo Repórter e da Rede Mato-grossense de Televisão, afiliada da Rede Globo.

Como percebemos as bases lançadas por Dom Aquino, sendo um dos primeiros a representar o pantanal de forma exótica e utópica, ainda permanecem atuais no imaginário



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

coletivo e a mídia continua a constituir esse imaginário, agora, atendendo a outros fins, não mais os da poética parnasiana. A abertura do programa traz algumas adjetivações como “beleza gigantesca” que demonstra a ideia paradisíaca e figuras exóticas do Estado. Há, nesta representação midiática, uma aproximação entre o Pantanal como o universo edênico, isolado e intocado.

No poema *Hino Matogrossense*², que foi escrito em 1918 como poema e aproveitado como Hino do Estado e oficializado em 1983, através do Decreto 208, de 05 de setembro de 1983, pelo então governador Júlio José Campos. Este poema, como veremos, apresenta a visão edênica do Pantanal e das terras mato-grossenses, presentes na visão midiática, o que vem corroborar com a ideia de que o poema aquiniano constituiu um imaginário coletivo que se consolidou através da mídia, contudo, sob novas intenções, pois *os mass media apresentam-se portanto como o instrumento educativo típico de uma sociedade de fundo paternalista mas, na superfície, individualista e democrática, e substancialmente tendente a produzir modelos humanos heterodirigidos.*(Eco, 1993, p. 42). Vejamos o poema:

(...)

Eis a terra das minas faiscentes,

Eldorado como outros não há.

(...)

Terra noive do sol! Linda terra!

A quem lá, do teu céu todo azul,

Beija, ardente, o astro louro, na serra,

E, abençoa o Cruzeiro do Sul!

No teu verde planalto escampado,

E nos teus pantanais como o mar,

Vive, solto, aos milhões, o teu gado,

Em mimosas pastagens sem par.

² Manteve-se a grafia.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

A descrição apresentada no poema nos demonstra uma letra ufanista e laudatória, construindo um imaginário de paraíso perfeito, intocável, repleto de belezas naturais. Segundo Walter Benjamin as imagens criadas são decorrentes do passado, ou seja, a visão midiática expressa na capa da revista *Veja* e em outros contextos midiáticos são produzidos sob o signo passadista da poética de Dom Aquino.

No poema *Marcha para oeste* a visão edênica nos é apresentada novamente constituindo um imaginário sobre o Pantanal e as terras mato-grossense.

(...)

Foi marcha também dos novéis pioneiros,
A marcha de Rondon e dos seus companheiros,
Devassando a soidão dos broncos penetrais;
Marcha da nossa história, ela parte do oceano,
Para a interlândia imensa, no **novo éden arcano**,
Em que Deus requintou os seus Don aos mortais.
(...)
(Aquino, 1985, p.45, grifo nosso)

Contudo, é necessário abordarmos que a evocação do passado não se faz sob o signo das ruínas, mas sobre imagens grandiosas e utópicas.

(...) a história que se lembra do passado também é escrita no presente e para o presente. Neste espaço temporal da utopia, a intensidade dessa volta/renovação quebra a continuidade da cronologia tranqüila, imobiliza seu fluxo infinito, instaura o instante e a instância da salvação. (GAGNEBIN, 1994, p. 112)

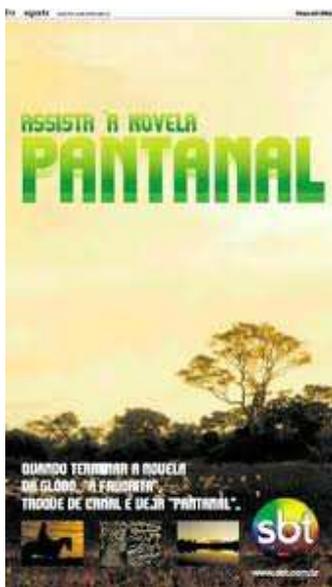
Outro grande marco da reapropriação exótica do Pantanal foi realizada através da novela *Pantanal*, escrita por Benedito Ruy Barbosa e exibida a primeira vez em 1990, pela extinta Manchete, e reeditada em 2008 pelo SBT.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012



Conforme é perceptível na figura ao lado a novela apresentava uma exuberância de cenas: tuiuiús voando, onças transitando pelo universo das personagens, jacarés, rios e outros elementos que só serviram para consolidar o imaginário coletivo criado por Dom Aquino em seus poemas do início do século XX. Para Khel (2002, p. 171),

a relação dos sujeitos com o real, naquilo em que ela se dá por meio da mediação do discurso televisivo – e quase que independentemente dos conteúdos desse discurso –, é uma relação imaginária, que se rege prioritariamente pela lógica da realização de desejos. Portanto, prescinde do pensamento.

Hall(2003) afirma que as velhas identidades estão em crise e, aqui poderíamos pensar que a identidade criada e gestada por Dom Aquino, que é reelaborada pelas mídias na pós modernidade poderiam, de alguma forma, consolidar a identidade como imutável e fixa, contudo isso é uma falsa ilusão, pois as mídias em si, mesmo aproveitando das imagens utópicas, exóticas e emblemáticas, em especial da terra e, conseqüentemente, do Pantanal, se abrem para novas significações, pois atendem a jogos de poder.

Há que considerarmos também que a comunicação, na contemporaneidade, torna-se um produto de massa e, portanto, são produtoras de sentidos, influenciam e são influenciados pelos produtos culturais que antecederam ou que estão em seu presente. Assim, há uma influência da poética de Dom Aquino sob a construção das imagens do pantanal e de Mato Grosso como Estado inóspito e intocável, mas que permitem, também, novos jogos de sentidos, visto que a linguagem midiática é múltipla, ou seja, os sentidos e as identidades pensadas passam, também, a ser múltiplas.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

O pantanal e, conseqüentemente, as representações exóticas deste universo intencionalmente atendem aos fins específicos do consumo, ou seja, a vendagem turística deste espaço, o que levou, por exemplo, o Estado a vincular o slogan da propaganda da Copa de 2014 em Mato Grosso, como *Copa do Pantanal*, conforme imagem ao lado.

Aqui devemos mencionar que há nas propagandas e em todos os discursos circundantes a noção de identidade no contexto da globalização que se utiliza de uma série de fatores e materiais produzidos pela cultura que dão suporte à construção da identidade que por sua vez atende a jogos de poder e de interesse e, ainda como defende Castells (1942):



Porém, todos esses materiais (memória coletiva, geografia, biologia etc) são processados pelos indivíduos, grupos sociais e sociedades, que reorganizam seu significado em função de tendências sociais e projetos culturais enraizados em sua estrutura social, bem como em sua visão de tempo/espaço(1942, p. 24)

Esses materiais culturais, especificamente, no Estado de Mato Grosso, estão ligados a terra e a natureza pantaneira que segundo Albuquerque Júnior (2006, 49, apud Santos, 2009, p. 4), na construção da identidade os discursos se inscrevem diretamente ao meio e ao espaço. Um discurso *regido pela mímese da produção em que os discursos participam da produção de seus objetos atua orientado por uma estratégia política, com objetivos e táticas definidas dentro de um universo histórico. intelectual e até econômico específico*

O exótico pensado e elaborado por Dom Aquino e na pós modernidade passa a ser:



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

Consumido pela mídia. Aprendemos como e o que consumir pela mídia. Somos persuadidos a consumir pela mídia. A mídia, não é exagero dizer, nos consome. [...] Consumimos objetos. Consumimos bens. Consumimos informação. Mas, nesse consumo, em sua trivialidade cotidiana, construímos nossos próprios significados, negociamos nossos valores e, ao fazê-lo, tornamos nosso mundo significativo. Sou o que compro, não mais o que faço ou, de fato, penso. E assim, espero, é você também. (SILVERSTONE, 2002, p. 150).

Portanto, a mídia passou a ser um modo de construir uma ideia de vida.

a mídia de massa é mais e mais responsável por prover a base na qual grupos e classes constroem uma imagem dos modos de vida, significados, práticas e valores sobre outros grupos e classes. [...] Esta é a primeira das grandes funções culturais da mídia moderna: a provisão e construção seletiva de conhecimentos sociais. (MASTERMAN, 1985, p. 21).

Os Pantanaís criados tanto na poética de Dom Aquino e reaproveitado nas representações midiáticas contemporâneas recriam o espaço pantaneiro, dando-o uma dimensão plástica e mítica que não pode ser reconhecida dentro da dimensão de uma realidade viva. Não queremos e nem podemos negar que há um Pantanal com seres exóticos, mas não da forma como a mídia e Dom Aquino projetam, como natureza intocada, comunhão perfeita entre homem, fauna e flora.

O mito criado e gestado pela mídia e pela poética logram com a visão que se tem do pantanal e acabam constituindo um falseamento da realidade para atender a fins econômicos e turísticos, especificamente.

É importante destacarmos que dentro do sistema poético e dentro do contexto midiático as relações com a verdade que já não mais existe no sistema absoluto não interessam, visto que o que importa, agora, são as construções imagéticas a partir desses contextos que, mesmo em momentos distintos de produção, início do século XX, no caso de Dom Aquino e final do século XX e início do XXI, nas outras representações midiáticas, respondem a um contexto cultural do consumo, atendendo a ideia geral do capitalismo emergente.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

Hall (2000) defende que a identidade é construída e constituída no interior de certos discursos e estas não nascem do vazio, mas são gestadas e transformadas no interior de cada representação social, cultural e literária de um povo.

A venda do produto Pantanal, sob as diversas faces, reaproveita em Mato Grosso os mitos criados no início do século XX, momento que tínhamos uma dimensão literária e cultural de consolidação do Estado como espaço e região e, para tanto, a busca da colonização era fator determinante e, atendendo a esse fim era necessário criar uma ilusão mítica deste espaço para que a colonização se efetivasse, atraindo as pessoas.

A criação dos mitos fundadores apontado por Silva (2000) ao lado dos símbolos emblemáticos desta nacionalidade constituem-se como:

(...) um momento crucial do passado em que algum gesto, algum acontecimento, em geral heróico, épico, monumental, em geral iniciado ou executado por alguma figura providencial, inaugurou as bases de uma suposta identidade nacional. Pouco importa se os fatos assim narrados são verdadeiro ou na, o que importa é que a narrativa fundadora funciona para dar a identidade nacional a liga sentimental e afetiva que lhe garante uma certa estabilidade e fixação, sem as quais ela não teria a mesma e necessária eficácia. (Silva, 2000, p. 85)

Atualmente, com a ideia do turismo, como fonte de comercialização do espaço retomam-se as mesmas ideias elaboradas no passado, destacando em especial os elementos exóticos e naturais. A natureza Pantanal é transformada em produto comercial, vendido sob diferentes vieses, mas sem perder o foco do exotismo.

Desta forma, o Pantanal construído pelo discurso poético de Dom Aquino é reinterpretado pelas mídias, a fim de construir uma identidade para atender a certos fins diversos, em especial, dos jogos turísticos.

2- Referências



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

- ABBAGNANO, Nicola. *Dicionário de Filosofia*. 4.ed. São Paulo: Martins Fontes, 2000.
- ADORNO, T. & HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.
- ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz de. *A invenção do Nordeste e outras artes*. Recife: FJN, Ed. Massangama; São Paulo: Ed. Cortez, 1999.
- BHABHA, Homi. *O local da cultura*. Trad. Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis e Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003
- CARVALHO, Carlos Gomes de. *A poesia em Mato Grosso*. Cuiabá: Verdepantanal, 2003.
- CASTELLS, Manuel. *O poder da identidade*. Tradução Klauss Brandini. São Paulo: Paz e Terra, 1942/2002.
- CORREA, Dom Aquino. *Poética- Terra Natal*. Brasília, ?, 1985.
- _____. *Odes*. Brasília, ?, 1985.
- DUARTE, Elizabeth Bastos. *Televisão: ensaios metodológicos*. Porto Alegre: Sulina, 2004.
- ECO, U. *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Perspectiva, 1993.
- GAGNEBIN, Jeanne Marie. *História e narração em W. Benjamin*. São Paulo: Perspectiva: FAPESP: Campinas, SP: Ed. Da UNICAMP, 1994.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós modernidade*. 4ª. Rio de Janeiro: DP&A, 2000
- _____. *A identidade cultural na pós modernidade*. 8ª. Rio de Janeiro: DP&A, 2003
- KEHL, Maria Rita. Imaginário e pensamento. In: SOUSA, Mauro Wilton de. (Org.) *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense. p. 169-179. 2002.
- LEITE, Mário Cezar Silva (Org.). *Mapas da mina: estudos de literatura em Mato Grosso*. Cuiabá : Cathedral, 2005.



EDIÇÃO Nº 13 – 1º SEMESTRE DE 2012



ARTIGO RECEBIDO ATÉ 15/04/2012
ARTIGO APROVADO ATÉ 30/04/2012

SILVERSTONE. R. Por que estudar a mídia? São Paulo: Loyola, 2002.

MASTERMAN, L. Teaching the media. New York: Routledge, 1985.

MAGALHÃES, Hilda Gomes Dutra. *História da literatura de Mato Grosso: século XX*. Cuiabá: UNICEN, 2001. (Coleção Tibanaré)

MIELIETINSKI.E.M. *A poética do mito*. RJ: Forense-Universitária, 1987.

PICCININ, Fabiana. *Mídias e pós modernidade: Reorganizando as interações sociais tradicionais*. Banco de papers do Intercon, Manaus - AM / 2000

SILVA, Tomaz Tadeu.(Org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais*. Petrópolis-RJ : Vozes, 2000.