

AVISO AO USUÁRIO

A digitalização e submissão deste trabalho monográfico ao *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia* foi realizada no âmbito do Projeto *Historiografia e pesquisa discente: as monografias dos graduandos em História da UFU*, referente ao EDITAL Nº 001/2016 PROGRAD/DIREN/UFU (<https://monografiashistoriaufu.wordpress.com>).

O projeto visa à digitalização, catalogação e disponibilização online das monografias dos discentes do Curso de História da UFU que fazem parte do acervo do Centro de Documentação e Pesquisa em História do Instituto de História da Universidade Federal de Uberlândia (CDHIS/INHIS/UFU).

O conteúdo das obras é de responsabilidade exclusiva dos seus autores, a quem pertencem os direitos autorais. Reserva-se ao autor (ou detentor dos direitos), a prerrogativa de solicitar, a qualquer tempo, a retirada de seu trabalho monográfico do *DUCERE: Repositório Institucional da Universidade Federal de Uberlândia*. Para tanto, o autor deverá entrar em contato com o responsável pelo repositório através do e-mail recursoscontinuos@dirbi.ufu.br.

PATRICK DE REZENDE NEVES

JFK:
A
CONSTRUÇÃO
DO
MITO

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA EM HISTÓRIA CDHIS
CAMPUS SANTA MÔNICA - Bloco 1 Q (Antigo Mineirão)
AV. UNIVERSITÁRIA S/N.º
38400-902 - UBERLÂNDIA - M.G. — BRASIL

1527

54
C

Uberlândia - MG
00

PATRICK DE REZENDE NEVES

JFK: A CONSTRUÇÃO DO MITO

Monografia apresentada como pré-requisito de conclusão de curso de História, da Universidade Federal de Uberlândia, tendo como orientador o Prof. Ms. Leandro José Nunes.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Uberlândia. MG
Janeiro de 2000

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
CENTRO DE DOCUMENTAÇÃO E PESQUISA EM HISTÓRIA COHIS
CAMPUS SANTA MÔNICA - Bloco 1 Q (Antigo Mineirão)
AV. UNIVERSITÁRIA S/N.
38400-902 - UBERLÂNDIA - M.G. — BRASIL

Banca Examinadora

Orientador: Prof. Ms. Leandro José Nunes

Examinadores

Prof. Dr. Paulo Roberto de Almeida

Prof^a. Ms. Gizelda Costa da Silva Simonini

AGRADECIMENTOS

A Evelyne , minha professora de inglês, que com muito desprendimento traduziu a maioria dos discursos que utilizei neste trabalho.

Ao meu orientador , Prof. Ms. Leandro, pois sem ele este trabalho não se tornaria possível.

À minha família , que me deu todo o apoio necessário no decorrer do curso de História. E , principalmente , por estar sempre do meu lado mesmo nos momentos mais difíceis.

À minha namorada, Adriana, por contribuir de forma significativa na idéia desta monografia e por ser uma pessoa maravilhosa.

À Deus, que me iluminou em todos os momentos necessários, para uma reflexão em busca do melhor caminho a seguir.

A todos o meu muito obrigado!

Aos
meus pais: Elza e Dalberto,
Ao meu filho Lucas e
e a minha namorada Adriana.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	01
CAPÍTULO I	
O desenvolvimento dos meios de comunicação no pós-guerra: a indústria cultural.....	11
CAPÍTULO II	
A mídia e a construção dos mitos.....	28
CAPÍTULO III	
A permanência do mito.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	60
ANEXOS.....	63
FONTES.....	66
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA.....	68

INTRODUÇÃO

John Fitzgerald Kennedy foi talvez um dos presidentes que neste século, mais marcou o imaginário do norte-americano médio. A presença de sua figura no imaginário americano continua viva ainda nos dias atuais. A história de JFK é mais que a história pessoal de um homem é a história de uma família que se fez identificar de tal forma com a história e com os valores da sociedade norte-americana que acabou assumindo a dimensão de mito. A construção do mito JFK está intimamente ligada à mitificação de sua família, principalmente pela mídia.

Saindo da Irlanda em busca de novas esperanças, Patrick Kennedy, bisavô de JFK, foi para os Estados Unidos, onde se estabeleceu em Boston, Massachusetts, em 1850, onde já existia uma comunidade de irlandeses imigrantes. Os irlandeses ocupavam o ponto mais baixo na escala econômica e social, normalmente ocupando empregos temporários em escavações, ferrovias, estradas e docas. Mantinham-se mais unidos que na própria Irlanda e conservavam suas tradições, sua religião e sua identidade nacional. À custa de grandes esforços, Patrick Kennedy conseguiu prosperar. Casou-se com uma imigrante irlandesa e foi pai de três meninas e um menino, sendo que ao último foi dado o nome do pai, Patrick. Pouco depois do nascimento do filho, o velho Patrick morreu.

Patrick Jr. ocupou os empregos mais diversos até economizar algum dinheiro e comprar uma taverna. Sua taverna converteu-se aos poucos em um ponto de encontro dos políticos de Boston. A popularidade de "Pat" acabou por lhe apontar os caminhos da política, numa cidade onde a influência irlandesa já era forte. Foi aí que conheceu outro político, filho de imigrantes irlandeses, John Fitzgerald.

John Fitzgerald nasceu em 1863. Seu pai, Tom Fitzgerald, havia deixado a Irlanda na mesma época e pelos mesmos motivos que o velho Patrick Kennedy. Chegou a ser eleito prefeito de Boston.

A amizade e aliança política entre os dois homens foi mais tarde consolidada pela união entre suas famílias, através do casamento de seus filhos Joseph e Rose , em 1914.

Joseph Kennedy, nascido em 1888, elevou ao mais alto grau o já revelado talento para os negócios da família. Graduado em Harvard em 1912, decidiu-se pela carreira política e pelas operações bancárias.

A argúcia, a energia e a falta de escrúpulos do patriarca da família, Joseph Patrick Kennedy, foram decisivos para forjar a aura dos Kennedy. O velho Joe, como era conhecido, fez fortuna de forma nebulosa e quando já havia amalhado milhões, colocou na cabeça que teria um filho presidente.¹

Do casamento celebrado em outubro de 1914 nasceu-lhe , um ano depois , o primeiro filho, Joseph Jr. e em 1917, o segundo, John Fitzgerald Kennedy. Ainda vieram mais cinco: Rosemary, Kathleen, Eunice, Patrícia, Jean, Robert e Edward, este último em 1932.

Há inúmeras versões para o enriquecimento de Joseph. Consta que vendeu uísque durante a Lei Seca e foi agiota. Aos 35 anos já era milionário. Banqueiro em Wall Street e empresário da Broadway, foi membro do partido democrata e ganhou do presidente F.D. Roosevelt a presidência da Comissão de Valores Mobiliários, órgão federal encarregado de vigiar o mercado financeiro. Em 1937, ao receber do mesmo Roosevelt o posto de embaixador americano em Londres, Joseph Kennedy já havia acumulado entre US\$ 200 a US\$ 300 milhões, uma das maiores fortunas americanas da época.²

Mas como embaixador não obteve sucesso como até então, defendendo em seus relatórios a política de Chamberlain , primeiro-ministro inglês, de “ paz a qualquer preço” nas relações com os países fascistas (Alemanha e Itália). Suas constantes declarações na imprensa inglesa acabaram por despertar uma reação adversa entre a opinião pública inglesa e o próprio Winston Churchil, defensor da guerra. Esta posição praticamente pôs fim à carreira política de Joseph Kennedy que, mesmo com a reeleição de Roosevelt, não foi reconduzido a nenhum cargo público.

¹ O MITO de Camelot. **Veja**, São Paulo, n. 1608, p.50, 28 de Jul., 1999.

John Fitzgerald Kennedy nasceu em 29 de maio de 1917, no Brooklin, bairro de Boston. Em Nova York cursou a escola primária, aos 13 anos foi para Canterbury em New Milford, estado de Connecticut, uma escola-internato católica, onde ficou por apenas um ano. No ano seguinte foi para a Escola Choate em Wallinford, Connecticut, um dos colégios particulares mais caros dos Estados Unidos, onde estudavam os descendentes de famílias muito ricas. Ao concluir a Escola Choate, John Kennedy dirigiu-se para Londres, a fim de cursar uma escola de economia. Em consequência de icterícia teve de interromper os estudos em Londres e regressar aos Estados Unidos. Em 1936 ingressou na Universidade de Harvard, onde estudou direito administrativo e teoria do Estado. Em 1940 concluiu o curso em Harvard. Após a graduação, cursou por poucos meses a Universidade de Stanford, Califórnia. Procurando se inteirar melhor do mundo dos negócios viajou pela América do Sul.

John alistou-se no exército, sendo recusado devido à lesão que apresentava na coluna. Mais tarde a Marinha acolheu-o num posto burocrático, junto ao Serviço de Inteligência em Washington. Utilizando o prestígio paterno, Kennedy conseguiu ser enviado à zona de combate durante a Segunda Guerra Mundial. No final de 1942 foi destacado para servir num grupamento de lanchas torpedeiras e no início de 1943 era enviado à zona oriental do Pacífico, como comandante de uma lancha torpedeira, o PT-109; John nesta época tinha 25 anos.

Em 02 de agosto de 1943, dando cumprimento a sua 31ª missão, o PT-109 foi abatido pelo destróier japonês Amagiri. Kennedy foi condecorado com a Medalha do Coração de Púrpura e com a Medalha da Marinha e dos Fuzileiros Navais, por ajudar os seus comandados feridos; houve 02 baixas. Em 1944, o irmão mais velho de John, Joseph Jr., foi morto em combate. O bombardeio em que servia havia explodido misteriosamente durante um vôo contra uma base alemã de submarinos. Três semanas depois da morte de

² A MAGIA dos Kennedys. *Época*, Rio de Janeiro, n.62, p. 116, 26 de Jul., 1999.

Joseph, morre em combate o marquês de Hartington, que havia se casado meses antes com Kathleen, irmã de Kennedy.

Depois da guerra, Kennedy começou a trabalhar como jornalista no International News Service. Em junho de 1945, foi enviado a São Francisco para fazer cobertura da Conferência Mundial, onde nasceu a Organização das Nações Unidas. Teve também a oportunidade de cobrir as eleições que se realizavam na Inglaterra. Não satisfeito, abandonou o jornalismo e voltou para Boston, com o objetivo de tentar iniciar sua carreira política.

Com o objetivo de disputar uma cadeira no Congresso americano, escolheu como campo de ação um distrito no leste de Boston. Em 1947 Kennedy, com 29 anos, tomou posse de sua cadeira na Câmara dos Representantes dos Estados Unidos. Como representante de um distrito de baixa arrecadação, dedicou especial atenção aos problemas de assistência social, apoiando inclusive a política do *bem-estar social* do presidente Trumam. Apoiou o projeto de lei sobre casas populares, que acabou sendo derrubado em 1948 por uma coalizão dos republicanos e dos democratas do sul.

Kennedy foi facilmente reeleito para a Câmara dos Representantes, em 1948 e 1950. A imensa projeção que seu nome havia alcançado após poucos anos de atividade na Câmara dos Representantes levou John Kennedy a amadurecer a opção de se lançar como candidato ao Senado.

Concorrendo com um adversário tradicional, o senador Lodge, que tinha o apoio do próprio presidente Eisenhower, Kennedy utilizou em sua campanha os meios mais modernos de comunicação de massa. Todo o material de propaganda era estudado em detalhes. Kennedy foi eleito com uma ampla margem de votos. A razão da vitória de um político jovem e inexperiente sobre um dos mais bem relacionados senadores americanos,

foi apontada como a capacidade de organização e utilização de novas técnicas de comunicação (rádio, TV e Jornais). Kennedy descobrira neste momento o poder da mídia.

Um parênteses em sua vida política: no ano de 1953, JFK casa-se com Jacqueline Lee Bouvier. Jacqueline nascera em Long Island , estado de Nova York , em 28 de julho de 1929 , pertencia a uma família aristocrática e rica, de origem francesa. Foi educada em ambiente de grande cultura e sofisticação, formou-se em jornalismo. Empregou-se no Washington Times-Herald como repórter e conheceu Kennedy num jantar na casa de uma amiga em comum. Logo após sua vitória para o senado, Kennedy foi entrevistado por Jacqueline e, a partir desta época, os dois sempre foram vistos juntos. Casaram-se em 12 de setembro de 1953, em Boston.

No ano de 1954 Kennedy foi hospitalizado com dores na coluna. Neste momento, no Congresso, fervilhava o processo de luta contra o maccarthismo. Vários críticos condenaram Kennedy por sua falta de decisão e coragem de enfrentar o senador MacCarthy. Em seu leito, Kennedy escreveu o livro *Política e Coragem* , com o objetivo de rebater as críticas que sofrera. Este livro foi publicado em 1956 e tornou-se um grande sucesso editorial. No ano de 1957, Kennedy recebeu o prêmio Pulitzer. No entanto, a história deste livro, ganhador do principal prêmio da literatura norte-americana, é um pouco diferente:

Ciente de que, para sedimentar o caminho de JFK até a Casa Branca , era preciso angariar a simpatia de escritores e jornalistas, o patriarca da família forjou-lhe um viés intelectual. Joe pagou a jornalistas para que compusessem artigos inteligentes assinados por JFK e a uma equipe de acadêmicos para que dessem melhor forma e substância ao livro Política e Coragem, com o qual Kennedy ganharia o prêmio mais importante da literatura dos Estados Unidos, o Pulitzer.³

No ano de 1956, na campanha presidencial , Kennedy alimentou o sonho de ser o

³ O MITO de Camelot. **Veja**. São Paulo, p.50, 28 de Jul., 1999.

candidato a vice-presidente, ao lado de Adlai Stevenson. Apesar do enorme esforço na convenção democrata Kennedy, sabendo da eminente derrota, renunciou à sua candidatura. Em 1958, na campanha para o senado Kennedy, foi facilmente reeleito com 73% dos votos, número recorde em seu distrito.

No dia 2 de janeiro de 1960, JFK anunciou à imprensa sua candidatura a Presidência dos Estados Unidos. Com uma organização impecável, e investimentos milionários em sua campanha, Kennedy venceu as primárias do partido democrata facilmente, vencendo Hubert Humphrey. Na convenção nacional do partido democrata em Los Angeles, Kennedy não teve dificuldades em vencer seus oponentes, dentre eles, Lyndon Johnson, que acabou sendo escolhido por JFK para compor sua chapa como vice-presidente. Duas questões foram fundamentais nesta escolha: obter os votos dos sul⁴, e neutralizar o conservadorismo de Johnson como líder do senado.

No embate da eleição presidencial Kennedy teria pela frente o republicano Richard Nixon. Nixon fora vice-presidente de Eisenhower, tendo participado ativamente da Comissão de Assuntos Anti-Americanos liderada pelo senador MacCarthy.

O mais relevante da campanha presidencial de 1960 foi o uso da imagem, principalmente o uso dado à televisão. Em 1960, nos Estados Unidos, havia 40 milhões de TV's, abrangendo cerca de 88% das famílias americanas. A influência que este meio de comunicação teve sobre a opinião pública nacional foi fundamental. Dentro deste contexto, os debates travados por Nixon e Kennedy selaram praticamente o destino das eleições. Nos debates, Nixon batia sempre na mesma tecla: a falta de experiência política e decisão do jovem senador, que poderia comprometer a administração do país e as relações internacionais. No entanto, o resultado foi exatamente o contrário do esperado pelos

⁴ Lyndon Johnson era senador pelo estado do Texas.

estrategistas da campanha de Nixon. Foram 04 debates e em todos eles, Kennedy saiu vitorioso.

Porém nas urnas, a vitória não foi tão esmagadora quanto na TV. Kennedy venceu Nixon com uma pequena margem de votos, obtendo 49,7% contra 49,6% dados a Nixon. Uma diferença de pouco mais de 100 mil votos, que constituiu um fato único na história dos Estados Unidos.

Na sua posse, em 20 de janeiro de 1961, Kennedy proferiu um discurso voltado mais para as questões externas, como a Guerra Fria, a Aliança para o Progresso e Vietnã. Conclamou os povos para uma ajuda conjunta com os Estados Unidos em busca da paz. *“Meus concidadãos do mundo: não pergunteis o que os Estados Unidos farão por vós, mas o que, juntos, podemos fazer pela liberdade do Homem”*.⁵ Mas principalmente adverte sobre os perigos da onda vermelha do comunismo.⁶

O governo de JFK, apesar da curta duração⁷, teve uma relevante importância na vida política americana. Podemos analisar seu governo em duas frentes de ação: a política interna, com as questões dos Direitos Civis e a política externa, onde limitou-se a ações concernentes à Guerra Fria.

Esta monografia tem o objetivo de compreender a construção do mito JFK e sua família como produto de uma mídia que consegue colar à sua imagem elementos de identificação resultantes do processo histórico da nação americana. Contudo, atribuir exclusivamente à mídia o papel de criadora do mito é desprezar as ações desenvolvidas pela própria família Kennedy, em busca de poder, riqueza e status. Estas ações incluíam a exposição na mídia em busca de visibilidade para atingir seus objetivos, quando assim lhes

⁵ WERNECK, Maria Lúcia Teixeira Kennedy: Grandes personagens de todos os tempos. Rio de Janeiro: Ed. Três, 1973, p. 215

⁶ Estas informações foram retiradas da biografia de Kennedy / In: WERNECK, M.L.T.Op.cit.

⁷ Em torno de mil dias

era conveniente, ou a procura do isolamento quando a mídia começava a atrapalhar seus planos. Em um e outro caso, o resultado era quase sempre o mesmo: eram notícia.

A pesquisa que fundamenta e orienta este trabalho foi efetuada em jornais, revistas, discursos de JFK, livros sobre Kennedy e sobre a história dos Estados Unidos. É importante ressaltar a dificuldade em localizar essas fontes, por serem escassas.

Uma dessas fontes foi a revista mensal *Reader's Digest* ou *Seleções*, como ficou conhecida no Brasil. Esta revista era uma compilação de vários jornais e revistas dos Estados Unidos, como o *Times*, o *Washington Post*, *New York Times*, *Life*, *Saturday Evening Post* e outros. Através dos artigos desta revista, que já tinham sido publicados por outros jornais e revistas, poderia ter a dimensão de como era abordado o tema nos Estados Unidos naquele período.

Para trabalhar com a família Kennedy, além dos artigos da *Seleções* pesquisei revistas nacionais como *Veja*, *Isto É*, *Época*, os jornais *O Estado de São Paulo*, *O Globo*, *Folha de São Paulo* e o *Clarín* da Argentina. Coincidentemente, no desenvolver do trabalho, houve o acidente que matou o filho de JFK, John Jr. A avalanche de reportagens sobre o acidente permitiram abordar a questão da permanência do mito.

Os discursos foram fontes de relevância na composição do trabalho. Alguns deles foram retirados de sua biografia e outros retirados na Internet no site da *Kennedy Library Foundation*, sendo que estes discursos, todos eles em inglês, foram traduzidos para o português.

Alguns livros foram importantes na elaboração do trabalho, como o livro que JFK escreveu ainda como senador, *A Estratégia da Paz* que, apesar de não utilizá-lo em citações, foi importante no complemento de idéias e conceitos a respeito de suas convicções políticas. Utilizei também alguns filmes para o enriquecimento do trabalho, bem como na tentativa de aprofundar a idéia que queria transmitir.

No primeiro capítulo tentei contextualizar alguns aspectos da história dos Estados Unidos no pós-guerra, principalmente na década de 50 e no início dos anos 60, ressaltando a importância dos novos meios de comunicação, especialmente a televisão, que teve um papel importante na formação e criação do mito JFK. Para isso foi muito importante a leitura do livro de Edgar Morin, *Cultura de Massas no Século XX*, que resalta os processos utilizados pela mídia na construção de mitos modernos, ou como o próprio autor diz, "olimpianos". Este processo de projeção e identificação é visto não só em relação aos astros de cinema e tv, mas também em pessoas que desenvolvem atividades ou papéis de grande destaque na sociedade.

No segundo capítulo abordei a construção do mito, tentando mostrar a forma como entendo o mito. Baseando-me na idéia de que todo mito representa uma fala e que essa fala é um discurso, tento estabelecer qual o discurso do mito JFK, lembrando que este discurso tem que ser coerente com os valores professados pela sociedade à qual se dirige para fazer sentido, para tornar-se inteligível e receptível. Para isso, a obra de R. Barthes, *Mitologias*, foi importante.

No terceiro capítulo tentei fazer uma análise da tragédia que assola a família Kennedy. É interessante observar como os acidentes e mortes violentas que, periodicamente atingem os Kennedys, deixam de ser vistos como tragédias particulares que no máximo provocariam a dor em um número reduzido de parentes e ganham, com a amplificação dada pela mídia, ares de tragédia pública, de comoção nacional. Este é o ponto para tentar compreender a identificação que o americano médio tem não só com a figura de JFK mas também com sua família. Já citada anteriormente, a morte de John Jr. demonstrou que nos Estados Unidos a mística da família Kennedy ainda é muito forte no imaginário, tanto quanto por ocasião da morte de JFK a trinta e sete anos atrás. As manchetes das revistas são bem sugestivas, como por exemplo: na *Veja* de 28 de julho de

1999, *O MITO DE CAMELOT - A morte de John Jr. em um acidente aéreo realimenta a lenda do destino trágico da família Kennedy*; na *Isto É* de 28 de julho de 1999, *TRAGÉDIA NUMA NOITE DE VERÃO - Tratado como príncipe de uma dinastia republicana, John Fitzgerald Jr. teve o mesmo precoce fim de quem considerava o seu maior herói, seu pai, o presidente John Kennedy*; na *Época* de 26 de julho de 1999, *O NOME É O DESTINO - O menino que comoveu o mundo no enterro do pai decolou para a morte porque os Kennedy não podem ser como os outros*.

Pelo uso e costume a imagem de JFK é referenciada como a de um mito político. Dificilmente encontra-se, quase quarenta anos após sua morte, uma matéria na imprensa ou mesmo em filmes que não se refira dessa forma a ele e à sua família.

Como mito, não pode estar descolado de um processo histórico e de um discurso coerente com os valores da sociedade americana, pois são fatores indispensáveis para sua construção. As principais questões que norteiam este trabalho são, portanto: compreender o mito como produto de um processo histórico, e como produto que intervém na história, delinear elementos e valores de identificação do mito com esse processo histórico e buscar outros elementos que afirmam e perpetuam este mito através da história.

CAPÍTULO I

O desenvolvimento dos meios de comunicação no pós-guerra: a indústria cultural

Impactados ainda pela crise de 1929, a década de 30 nos Estados Unidos foi um período marcado pela estagnação econômica⁸ e pelas políticas de recuperação do "New Deal" do presidente Roosevelt. Embora os resultados do programa Roosevelt tenham contribuído decisivamente para preservar o capitalismo, em 1939 os Estados Unidos apresentavam uma situação de contrastes. Por um lado os agricultores e os trabalhadores assalariados viam seus rendimentos médios aumentarem perto de 100% após a fase mais negra da depressão, o que lhes proporcionavam um grau de segurança econômica significativa. Por outro lado, o desemprego apresentava-se como o principal problema para o qual parecia não haver solução. Mesmo com todo o elenco de políticas econômicas e sociais colocado em prática, os Estados Unidos tinham mais de nove milhões de desempregados em 1939.

Neste contexto, é provável que o início da Segunda Guerra Mundial na Europa tenha representado para os Estados Unidos mais uma oportunidade de consolidar efetivamente a recuperação econômica, na medida em que se tornaram, desde o início, fornecedores de materiais, armas, munições e alimentos para a Inglaterra e a França. Se considerarmos que após Pearl Harbor os Estados Unidos mobilizaram um dos maiores exércitos de todos os tempos, em homens e materiais, é possível inferirmos o que isto significou em termos de mobilização da economia norte-americana.

Com a guerra, as indústrias converteram-se em indústrias de armamentos, absorvendo grande parte dos desempregados, inclusive um alto número de mulheres, uma vez que os homens estavam servindo nas forças armadas⁹. Contudo, os Estados Unidos, em comparação com os países europeus, não sofreram tanto com a guerra, uma vez que não houve conflito em território americano¹⁰. Inglaterra e França sofreram um

⁸ SELLERS, Charles et al. *Uma Reavaliação da História dos Estados Unidos*. 6º ed. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 1990. p.384

⁹ SELLERS, C. et.al. Op.cit. p. 384

¹⁰ Exceção feita a Pearl Harbor, mas este arquipélago não faz parte da América continental.

alto número de baixas, sem falar dos constantes bombardeios alemães em território inglês e a ocupação nazista na França. Os soviéticos tiveram o maior número de baixas, aproximadamente 2 milhões e um alto gasto financeiro. Os derrotados, alemães e italianos e japoneses, teriam praticamente que reconstruir-se, dado o grau de destruição provocada pela guerra em seus territórios.

Vitoriosos na II Guerra Mundial os Estados Unidos, dentre todos os aliados, saíram da guerra melhor do que quando entraram¹¹.

A vitória na guerra gerou um clima de euforia nos norte-americanos. O orgulho patriótico, abalado pela crise de 29, tomou conta dos Estados Unidos, junto com o grande desenvolvimento econômico¹². Os Estados Unidos estavam no topo do mundo, como a nação mais poderosa do mundo, tendo como única rival a União Soviética. Entre 1939 e 1945 a renda nacional havia duplicado, concentrando mais de 30% da renda mundial estimada. Se colocavam como árbitros de metade do mundo, controlando o Atlântico, o Pacífico e o Mediterrâneo. O Japão era efetivamente uma colônia ocupada pelo exército norte-americano.

Passada a guerra, aquelas indústrias mobilizadas para o esforço da luta foram reconvertidas em indústrias de bens de consumo. O medo maior dos americanos agora se dividia entre o temor de que a economia não pudesse absorver toda a mão-de-obra que retornava do campo de batalha, especialmente os 12 milhões de homens e mulheres que haviam servido nas forças armadas,¹³ e o receio de uma nova guerra.

O temor quanto à volta do desemprego em massa acabou mostrando-se infundado, pois os níveis da economia subiram tanto que toda mão-de-obra foi

¹¹ HOBBSBAWM, Eric *Era dos Extremos: O breve século XX 1914-1991*. 2º ed. São Paulo: Ed. Companhia das Letras, 1997, p.283

¹² SELLERS, C. et al. Op. cit. p. 283

¹³ SELLERS, C. et al. Op. cit. p.283

absorvida, além das mulheres que passaram a trabalhar e tornaram-se uma parcela significativa da economia.¹⁴

O alto índice de emprego dos anos de guerra continuaram no período sustentado mais longo de prosperidade do país. O produto nacional bruto que chegara a US\$ 100 bilhões em 1929 e caíra para 70 bilhões durante a depressão, disparara em 1948 para US\$ 174 bilhões e continuava a subir¹⁵.

Os anos seguintes foram marcados pela retomada do crescimento econômico a níveis nunca antes visto e isto gerou um grande aumento de salários que causaram uma explosão no consumo norte-americano.

Praticamente insaciável em seu apetite, a sociedade de consumo do pós-guerra foi sustentada por salários em elevação constante, crédito fácil e publicidade maciça. Bombardeadas por campanhas de vendas cada vez mais sofisticadas na imprensa e nos meios eletrônico, os norte-americanos transformaram desejos em necessidades e se regalaram com um monte de objetos variados¹⁶.

Em consequência do alto grau de consumo gerado pelos altos salários, a indústria teve que se adaptar às exigências do mercado. Aproveitando o grande avanço tecnológico ocorrido no período de guerra, a indústria de bens de consumo desenvolveu produtos para atender à demanda. Segundo Hobsbawm *"... a revolução tecnológica entrou na consciência do consumidor em tal medida que a novidade se tornou o principal recurso de venda para tudo (...) a crença era que o novo equivalia não só a melhor, mas a absolutamente revolucionado"*¹⁷.

¹⁴ SELLERS, C. et al. Op. cit. p.283

¹⁵ SELLERS, C. et al. Op. cit. p. 384

¹⁶ SELLERS, C. et.al. Op. cit. p.387

¹⁷ HOBBSAWM, E. Op. cit. p.261

Mas o novo não significava apenas produtos de bens de consumo palpáveis como automóveis, geladeiras e eletrodomésticos, mas também produtos de mídia como jornais, revistas, cinema e a televisão.

A década de 50 ou "*Os anos dourados*", como ficaram conhecidos, popularizaram os meios de comunicação, principalmente a tv. "*Desenvolvido em fins da década de 20, mais ainda raridade em 1945, o televisor tornou-se rapidamente o meio dominante de divertimento e publicidade dos Estados Unidos*"¹⁸. Até então as companhias de tv transmitiam apenas em caráter experimental. As primeiras teledifusões norte-americanas regulares começaram em julho de 1936, por duas companhias, a CBS¹⁹ e a NBC²⁰, que foram interrompidas com a guerra em 1941 e retomadas em 1945.²¹

Antes da popularização da tv, predominava nos meios de comunicação os jornais, revistas, o rádio e o cinema, que tiveram que se adaptar frente ao aumento de TV's no país. Estes meios passaram a conter outra dinâmica; um exemplo disso são as revistas que adquiriram um conteúdo universal e desenvolveram novos recursos gráficos, como as fotos em cores.

No final dos anos 30 o cinema ganhou cores, sendo que um dos primeiros grandes sucessos foi o filme "*E o Vento Levou*". Talvez forçados pela concorrência da tv, os estúdios desenvolveram processos que aumentaram o tamanho da imagem na tela, tais como o cinemascope e o Todd-AO que permitiram que os filmes ficassem maiores e mais caros.²²

¹⁸ SELLERS, C.et. al. Op. cit. p.386

¹⁹ *Columbia Broadcasting System*

²⁰ *National Broadcasting Company*

²¹ TELEVISÃO. In: *Enciclopédia Delta Universal*. Rio de Janeiro, 1982. V 14, p. 7586 - 7598

²² CINEMA. In: *Enciclopédia Delta Universal*. Rio de Janeiro, 1982. V 4, p. 2057 - 2082

Filmes como Ben-Hur de 1959 e Cleópatra de 1963, foram realizados utilizando esta nova tecnologia. Outros estúdios começaram então a fazer filmes que não podiam ser vistos na televisão, por causa da censura.

Já o rádio passou por transformações em seu aparelho de recepção, que cada vez menores ficaram portáteis e permitiram a fácil locomoção do aparelho. As pessoas poderiam ouvi-lo no carro, na praia, no parque, ao contrário da televisão. *"Os sistemas transistorizados reduziram o tamanho do aparelho, e a frequência modulada, a FM, melhorou a qualidade do som".*²³

Em 1952, estima-se que dois terços dos americanos já possuíam tv. Em 1962 o aumento foi tão grande que era difícil encontrar um americano que não a possuísse²⁴. A televisão tornou-se um meio de entretenimento e informação do cidadão americano, quebrando paradigmas e ao mesmo tempo construindo outros.

Enquanto o rádio leva o ouvinte a imaginar a cena narrada, criando mentalmente as imagens transmitidas pela locução da notícia, da música, das novelas ou até mesmo das propagandas, o cinema obriga o espectador a se deslocar pela cidade, até uma sala de projeção para assistir um espetáculo que tem hora para começar e terminar por um determinado preço. Já a tv estabelece outra relação com o indivíduo, mais intimista e direta com o telespectador. Não é um espaço externo, ao qual se chega após percorrer parte da cidade, pois ela está dentro das casas. Não requer do ouvinte a imaginação criadora para visualizar a cena, pois existe a imagem.

A tv passa a fazer parte dos hábitos cotidianos, tornando-se parte da família, tendo nas casas seu espaço próprio. Requer para seu consumo e desfrute apenas um sofá, fornecendo entretenimento e notícias regularmente.

²³ RÁDIO. In: *Enciclopédia Delta Universal*. Rio de Janeiro, 1982. V 12, pg. 6771 - 6779

²⁴ SELLERS, C. et al. Op. cit. p. 388

Mas o mais significativo é o fato de que a tv invade os sentidos, a visão e a audição, criando a ilusão de participação, mesmo passiva, do real. Apesar dos programas terem o objetivo de alcançar um público cada vez maior, estes são produzidos e direcionados de uma maneira individualizada, objetiva. Assim, cria-se uma sensação de que a tv dirige-se especialmente ao indivíduo, surge uma confiança dos espectadores no programa visto, criando a ilusão de que as imagens tornam-se reais e confiáveis. Por serem projetadas por um aparelho que está no lar e por ver a imagem, e ver quem fala cria-se uma relação de cumplicidade. Apesar desta relação ser unilateral, cria-se uma objetividade através da imagem e do discurso, gerando uma confiança do telespectador na tv.

Um filme que retrata bem esta questão é *“Quiz Show - A verdade dos bastidores”*, de 1994 dirigido por Robert Redford. Ambientado no final da década de 50, o filme aborda a história de um programa de tv muito popular na época nos Estados Unidos. Era um programa de auditório que se chamava *Twenty-One* (Vinte e um), tinha em sua dinâmica perguntas abrangentes para dois participantes, sendo que aquele que conseguisse somar vinte e um pontos seria o vencedor. O que é desmascarado no filme é que tudo não passava de uma fraude envolvendo patrocinadores, diretores, participantes e a própria emissora. Os diretores escolhiam os vencedores, dando as respostas antecipadamente para os candidatos previamente escolhidos com base em critérios subjetivos e pessoais, com o intuito de aumentar a audiência do programa e consequentemente aumentar as vendas do patrocinador do programa. Baseado em fatos reais, o filme questiona a manipulação da tv para servir a determinados interesses. Revela-se portanto uma crença cega da sociedade americana na tv (e nos meios de comunicação) naquele período, mostrando a dificuldade de se colocar de forma crítica frente ao poder deste medium mágico que, por força da sua linguagem físico-mímica ou

comportamental, consegue fazer passar diretamente, sem maiores mediações, um modelo de vida para os comportamentos de milhões de sujeitos reais, como se fossem cópias vivas dos modelos representados no vídeo.

A grande questão que o filme coloca é: será que a farsa está presente somente nos "inocentes" programas de auditório?

Um dos setores que mais se utilizaram da imagem televisiva foi a propaganda. Colocada nos intervalos dos programas ou até fazendo parte destes, as propagandas seguem a mesma dinâmica do programa apresentado, respeitando a que público o programa se destina para vender a este público uma mercadoria compatível as necessidades nele despertadas. A sedução da imagem torna os intervalos tão atrativos quanto os próprios programas, levando o telespectador a não diferenciar a "hora de se divertir" da "hora de consumir", tornando aquele instante um único momento, um único prazer.

E isto exemplifica a dinâmica da tv, onde as propagandas não estão alheias ao entretenimento, ela faz parte da imagem, e como imagem ela possui sua sedução. Ao contrário do rádio que, quando inicia-se o intervalo rapidamente mudamos de estação à procura de alguma música ou informação, na tv o contínuo das imagens prende a atenção, levando o telespectador a prestar atenção fielmente aos intervalos, confundindo notícia, entretenimento, propaganda. Tudo se torna imagem pré-fabricada que quotidianamente "ocupam" o imaginário individual do homem moderno, sobrepondo-se à livre criatividade de uma imaginação que já não sabe trabalhar sobre outra matéria que não aquela oriunda da tela da tv.²⁵

²⁵ Conf. SANTOS, João de Almeida. "In video veritas?" In: <http://www.lxxl.pt/babel/textos.html>

Este desenvolvimento dos meios de comunicação, através das novidades tecnológicas e o fortalecimento da economia transformaram a sociedade americana em uma sociedade extremamente consumista.

Neste contexto, a Indústria Cultural teve um grande desenvolvimento a partir da década de 50. Podemos compreender Indústria Cultural como todos os meios de comunicação de massa (rádio , tv, jornais, cinema e revistas) . A origem mais remota desta indústria pode ser localizada a partir do momento em que a imprensa de Gutemberg tornou possível a reprodução mecânica de textos, ampliando de forma sensível o universo de leitores.

Ao falarmos de Indústria Cultural, partimos do princípio de que sua existência está intimamente ligada à consolidação da Revolução Industrial, pois ela requer uma economia baseada na produção e consumo de bens , portanto uma economia de mercado.²⁶ Uma sociedade onde esteja bem clara a relação entre consumo e mercadoria, e que este consumo tenha um desenvolvimento considerável. Portanto é a partir da segunda metade do século XIX, quando a economia dos principais países europeus e dos Estados Unidos conheceu uma extraordinária expansão onde, paralelamente ao crescimento do mercado consumidor assistimos ao desenvolvimento de novos meios técnicos de informação, que podemos identificar o surgimento desta indústria.

No final do século XIX, a popularização dos contos e dos folhetins são os primeiros passos da indústria cultural. Mas é na virada do século, nos primeiros anos do século XX, que a imprensa torna-se periódica com o surgimento dos jornais de grande circulação. É nesse período que o cinema desponta como entretenimento de larga escala, fascinando multidões com suas imagens em movimento. Mais tarde, com o aparecimento do rádio, que se torna o veículo de comunicação mais popular, apresentando informações, música, novelas e outras variedades, a comunicação ganha

um caráter de instantâneo, rompendo as barreiras do tempo físico entre a produção da notícia, ou execução da música e sua recepção pelo ouvinte. Cria-se a sensação de que o universo do indivíduo se expandiu para muito além das limitações físicas impostas pelo espaço e pelo tempo presente.

No início do século XX podemos identificar também a utilização dos meios de comunicação não só para o consumo, como produto da indústria cultural, mas também para a propaganda ideológica. Foi Hitler quem utilizou primeiramente, de forma intensiva, os meios de comunicação para propagar os ideais nazistas através do rádio e do cinema, com seus discursos inflamados conclamando a nação alemã à formação do III Reich²⁶, com filmes que engrandeciam a recuperação alemã e justificava a superioridade ariana.

Se antes mesmo da revolução bolchevique já era muito comum a utilização de panfletos e cartazes manifestando a insatisfação popular contra o governo czarista, neste momento os sistemas ditos socialistas também passaram a utilizar os modernos meios de comunicação para a propaganda ideológica. Stálin utilizou muitas vezes o recurso cinematográfico para a afirmação do sistema soviético, como também o rádio para pronunciamentos à nação. Mais tarde, outro setor responsável pela promoção do sistema foi o esporte. Altamente desenvolvido pela URSS, e por praticamente todos os países socialistas, o esporte foi utilizado pelo regime como símbolo do poder socialista, ganhando visibilidade em todo o mundo nas Olimpíadas através da tv..

Seja para a manutenção de um regime, ou para a instalação de outros, os meios de comunicação de massa foram se tornando instrumentos de extrema relevância para se atingir ou conservar o poder. No Brasil, um dos primeiros dirigentes a fazer uso dos meios de comunicação é Getúlio Vargas. Vargas utilizou-se principalmente do rádio,

²⁶ COELHO, Teixeira *O que é Indústria Cultural?* 2º ed, Ed. Brasiliense, 1986. p. 06

²⁷ Terceiro império

através de discursos dirigidos aos trabalhadores, vistos como uma das bases de sustentação do regime.

O grande desenvolvimento da indústria cultural nos anos 50 está diretamente vinculado ao alto grau de consumismo e à popularização da tv, gerando transformações tecnológicas e sociais que atingem tanto a organização interna dos principais meios de comunicação, quanto a relação destes meios com a sociedade. A nível interno, se apresenta de forma organizada seguindo uma burocratização através de normas e técnicas para sua produção. Nos sistemas estatais o Estado funciona como gestor dos meios de comunicação, enquanto nos sistemas de mercado o Estado fica como censor e as corporações detêm a concessão para utilizá-los. O resultado final da produção desta indústria serve para diferentes formas de ideologias, utilizadas por diferentes sistemas na manutenção do status quo.

Como indústria e com todas as normas e técnicas a serem seguidas, a inventividade e espontaneidade ficam em segundo plano. Cria-se um empasse na medida em que o consumidor exige sempre um novo produto e cada vez mais individualizado. Dá-se então uma complexa relação entre indústria-técnica-consumo, baseada na dialética indivíduo/universal.

As técnicas e normas utilizadas por essa indústria cultural tentam padronizar os produtos para satisfazer ao público geral. Exemplo disso são os filmes de Hollywood, que mesclam em um mesmo produto ação, romance, violência, comédia, drama. Ou as telenovelas, constituídas sempre e invariavelmente por mocinho, mocinha e vilã e acompanhado pelo fatídico *Happy End*. Este formato, de forma geral, prevalece ainda hoje.

Mas e os anseios do consumidor à procura do novo? Para Morin em alguns momentos a indústria cultural tem que abrir mão da padronização e da burocracia em

prol da novidade, para mais tarde estas mesmas novidades também seguirem o caminho da padronização. Esta lógica é necessária para a própria sobrevivência da indústria. *“Em determinado momento precisa-se mais, precisa-se da invenção. É aqui que a produção não chega a abafar a criação, que a burocracia é obrigada a procurar a invenção, que o padrão se detém para ser aperfeiçoado pela originalidade”*²⁸.

As modificações nos padrões sociais provocadas principalmente pela redefinição do mundo do trabalho, onde se destaca a redução da jornada de trabalho, a automação de tarefas e os aumentos de salários, farão com que o indivíduo possua mais tempo livre, refugiando-se dos problemas cotidianos nas mais diversas formas de lazer. A Indústria Cultural apresenta-se como resposta aos anseios deste indivíduo fornecendo entretenimento a um custo cada vez mais reduzido. Tornam-se, portanto, indústrias ligeiras²⁹. Ligeiras na produção e na mercadoria produzida, ficando gravada sobre a folha do jornal, sobre a película cinematográfica, voando sobre as ondas de rádio, que no momento do consumo torna-se impalpável, uma vez que esse consumo é psíquico³⁰.

Ao contrário da indústria de bens, onde consumimos carros e eletrodomésticos, a indústria cultural nos oferece uma mercadoria que não existe fisicamente, que consumimos através da imagem, do som ou através da leitura; não é concreta. Buscamos através dessa mercadoria afastar-nos do mundo real, através da ficção (cinema, televisão) ou nos aprofundarmos ainda mais no mundo que nos cerca, através da informação (jornais, revistas).

Essa mercadoria nos transporta para o mundo do irreal, mesmo que informativa ou fantasiosa, nosso pensamento não está conectado com o concreto. O que vemos na indústria cultural é justamente isso, a não diferenciação do real (informação) da do

²⁸ MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX: O espírito do tempo*. 2º ed. São Paulo: Forense, 1969. p. 29.

²⁹ MORIN, E. Op. cit. p. 25

³⁰ MORIN, E. Op. cit. p. 25

irreal (entretenimento) , tudo transforma-se em espetáculo, em show. A experiência de ver um assassinato em um filme é a mesma de assistir uma chacina nas favelas cariocas em um telejornal. A indústria cultural, através da imagem, coloca ficção e realidade juntas. Orson Welles demonstrou isso com muita propriedade na década de 30 quando, em um programa de rádio, simulou a notícia de uma invasão de marcianos, dramatizando ao máximo o pretense relato. Logo a população dos Estados Unidos entrou em pânico.

Ao contrário, a leitura não produz o mesmo efeito. Quando lemos um livro de ficção , ele nos transporta para um mundo fantasioso, mas não teremos a mesma sensação ao lermos uma página policial de um jornal.

Para Morin, o inverso também se dá: a utilização da dramatização no relato informativo. Ele diz:

Assim, a dramatização tende a preponderar sobre a informação propriamente dita . A imprensa se apropria da espera de Chessman para poder fazer um suspense com a morte; o homem que vive os dias de sua morte é seguido de hora em hora pelo voyeurismo coletivo; uma montagem paralela faz alternar a corrida da morte (o mecanismo implacável do sistema judiciário) e a corrida contra a morte (recursos dos advogados, petições, intervenções da opinião internacional). O human touch, o human interest tendem a transformar em vedete os personagens mais comoventes, como o casal morto na véspera de seu casamento pela catástrofe de Fréjus.³¹

No Brasil, vemos isso constantemente nos mais variados casos. Getúlio Vargas talvez tenha sido um dos precursores a causar esta primeira comoção nacional, quando do seu suicídio em 1954. Nos dias atuais são inúmeros os casos onde a dramatização superou a informação: no funeral do piloto Ayrton Senna, do conjunto de rock "Mamonas Assassinas", e cotidianamente vemos em telejornais situações onde o real cria ares de ficção.

³¹ MORIN, E. Op. cit. p. 104

Tratando a realidade como um espetáculo, a indústria cultural cria seus paradigmas, estabelecendo normas e conceitos para a produção de ícones culturais. Dentre esses conceitos, talvez o mais relevante seja a estética. *"É através dos espetáculos que seus conteúdos imaginários se manifestam. Em outras palavras, é por meio do estético que se estabelece a relação de consumo imaginário".*³²

A produção dessa indústria é resultado de seu tempo, assim como em um determinado período na Idade Média surgiu a Renascença, atribuindo valores às imagens (pinturas, esculturas) e servindo a interesses ideológicos da época. Os processos serão análogos: *"A relação estética reaplica os mesmos processos psicológicos da obra na magia ou na religião, onde o imaginário é percebido como tão real, até mesmo mais real do que o real".*³³

Nesse processo destaca-se o poder da beleza, principalmente nos veículos que baseiam-se na imagem (tv e cinema). Essas imagens vendem a imagem do sistema, a imagem do consumo, principalmente quando focalizadas nos astros de cinema, nos artistas de televisão. A Indústria Cultural torna-se portanto a vitrine do sistema. Não só materialmente, fato esse que não pode ser desprezado, mas também em termos dos valores que essa sociedade transmite.

Esteticamente belos, os artistas ou ícones da cultura são de fato mercadorias tanto quanto um liquidificador. Através destes buscamos uma identificação, colocamos neles o que gostaríamos de ser; como um carro que gostaríamos de possuir. Ao contrário das esculturas e pinturas que podemos somente apreciá-las, o produto da indústria cultural, além da contemplação estética, reveste-se tanto da aura do desejo de consumo quanto da utilidade atribuída a cada produto tornado mercadoria, tornado desejo, fascínio e necessidade. Como uma casa que achamos linda em um comercial de

³² MORIN, E. Op. cit. p. 81

³³ MORIN, E. Op. cit. p. 81

tv, e que antes da utilidade, revestimo-la com toda carga de desejo tornado necessidade exatamente pela sedução da imagem/propaganda.

A beleza torna-se recurso indispensável para a mercadoria, mesmo que esta seja um ser humano. Exemplo disso são as campanhas políticas, que via de regra utilizam-se de toda uma estrutura para a preparação estética do candidato, para conquistar a simpatia de seu eleitorado.

Até a política entra parcialmente no campo da cultura de massa, principalmente nos Estados Unidos: a batalha eleitoral toma cada vez mais a forma de uma competição televisada, onde as qualidades simpáticas do candidato, seu rosto, o sorriso e a beleza de sua mulher, se tornam triunfos políticos.³⁴

O que nos toma como produto psíquico e como parte de nosso imaginário, é portanto, a projeção que fazemos no que nos é apresentado pela indústria cultural. Se vemos um carro em um filme, temos o desejo de possuí-lo mesmo que não tenhamos condições materiais para isso; se vemos um herói em um novela, projetamos nele a vontade de ser um herói, rico, bonito, amado e feliz como ele, e nos identificamos como tal. Daí a estética ser um dos instrumentos que fetichiza o objeto.

Com isso deixamos de ser nós mesmos, e negamos o que não queremos em nós, para projetarmos no outro. Mesmo porque, o produto da Indústria Cultural busca satisfazer, mesmo que seja psiquicamente, a realização de nossos mais profundos desejos: beleza, felicidade, riqueza, poder e prazer. Por outro lado, nos identificamos também com o medo, a loucura, a perversão e a morte, todas elas inconscientes no nosso imaginário. Ao mesmo tempo que nos identificamos, ao ver um filme romântico, com o galã, podemos nos satisfazer de forma inconsciente com um filme que mostre violência, diante da impossibilidade real de concretizar tal fato.

³⁴ MORIN, E. Op. cit. p. 104

Dentre essas facetas do imaginário, a morte tem um apelo significativo. Principalmente porque a morte mostra toda nossa vulnerabilidade, a morte nos torna reais como nos torna iguais: príncipes e plebeus se tornam iguais diante do inevitável. Diante disso, a indústria cultural transforma a morte em grande espetáculo. Mais utilizado ainda, e derivado da morte é o apelo da tragédia. Morin diz:

Há sempre uma libertação psíquica em todo o que é projeção, isto é, expulsão para fora de si daquilo que fermenta no interior obscuro de si. Dentre todas as projeções possíveis, a mais significativa é a que toma em caráter de exorcismo, desde que fixa o mal, o terror, a fatalidade, sobre as personagens em questão, finalmente votadas a uma morte quase de sacrifício. Isso é, à tragédia.³⁵

A tragédia nos remete à Grécia antiga, e intimamente ligada a isto está o herói. Toda tragédia tem seu herói. A representação dos heróis é algo incessante como produto da indústria cultural, seja na literatura, nos filmes, nos programas de rádio e televisão. A noção de herói e tragédia está ligada ao sentimento de sacrifício, não só como ritual mas como desprendimento do físico, do material. Os heróis são seres abnegados, que normalmente seguem seus ideais, e que invariavelmente morrem por eles.

Assim como na Grécia com seus heróis e sua mitologia, a indústria cultural através de seus apelos (beleza, riqueza, prazer, morte, herói, tragédia) produz o que Morin chama de “*mitos modernos*” ou “*Olimpianos*”³⁶. São os veículos aos quais vão sendo incorporadas todas as variáveis do sentimento e prazer humano, não descoladas porém de toda uma ideologia.

No encontro do ímpeto do imaginário para o real e do real para o imaginário, situam-se as vedetes da grande imprensa, os Olimpianos modernos. Esses Olimpianos não são apenas os play-boys, exploradores, artistas célebres, Picasso, Cocteau, Dali, Sagan. O olimpismo de uns nasce do imaginário, isto é de papéis encarnados nos filmes (astros), o de outros nasce de sua função sagrada (

³⁵ MORIN, E. Op. cit. p.104

³⁶ MORIN, E. Op. cit. p.104

*realeza, presidência), se seus trabalhos heróicos (campeões , exploradores) ou eráticos (playboys, distels)*³⁷

Os olímpianos constituem em si uma dupla face. São divindades dos meios de comunicação, quase inalcançáveis e ao mesmo tempo seres humanos normais mostrados regularmente pela mídia. Exemplo disso são as informações levadas ao público da vida privada de algum artista ou ídolo - são os casamentos , nascimentos de filhos, namoros, divórcios e qualquer coisa que os mostre como seres humanos. Na verdade este movimento possibilita a identificação do espectador com seu ídolo, pois ambos são humanos. A humanização dos mitos possibilita a projeção / identificação. O caráter divino desses mitos nos faz projetarmo-nos em tal personagem, ao contrário o lado humano nos faz identificarmos com o mito.

Mais que praticamente ou esteticamente, consumimos os produtos da Indústria Cultural e principalmente os mitos de uma forma que vai além estes conceitos. Somos magnetizados de uma forma mitológica: "*Isso significa que ela ultrapassa a estética tanto no sentido do real como no sentido do imaginário. Esses dois movimentos, aparentemente contraditórios, são de fato, inseparáveis. É precisamente por-meio dos olímpianos que eles se exercitam com maior vigor*".³⁸

Este mitos modernos, além de produtos, são a ponte entre a Indústria Cultural e o público, são portanto parte integrante da Indústria Cultural. Modelos de vida de uma sociedade baseada no consumo, trabalho e no capital, não destituída de um significado e de um discurso. Mais que isso, os mitos modernos prestam-se para justificar e reforçar todo um estado de coisas dentro da sociedade de consumo. Para Barthes, o mito é uma fala, um sistema de comunicação , uma mensagem.³⁹

³⁷ MORIN, E. Op. cit. p. 111

³⁸ MORIN, E. Op. cit. p. 115.

³⁹ BARTHES, Roland "O mito hoje" In: *O poder do mito*, São Paulo: Martin Claret. p. 105

Portanto, os mitos modernos são esteticamente belos trazendo em sua essência a felicidade, o poder, a riqueza, podendo despertar também o nosso interesse pela morte e pela tragédia. Consumimos psiquicamente, na medida em que os incorporamos ao nosso imaginário, fazendo parte da nossa vida cotidiana. Contemplamos, de uma forma mais que estética, mais que prática, de uma forma mitológica.

O mito John Fitzgerald Kennedy, têm esse poder, o de ser incorporado ao nosso imaginário levando-nos a consumi-lo esteticamente, tragicamente, num processo de projeção e incorporação que só os modernos meios de comunicação de massa são capazes de proporcionar.

CAPÍTULO II

A mídia e a construção dos mitos

É com Roland Barthes que temos a idéia de que, em condições especiais, a linguagem se transforma em mito, sendo que todo mito é uma fala⁴⁰ escolhida pela história. O mito deve ser visto como resultado de um processo histórico. Esse mito que é uma fala, representa um discurso que, de acordo com sua coerência, possui um significado para o interlocutor. Ou seja, a fala é um diálogo que, para ser plenamente inteligível, remete aos códigos morais, éticos e históricos aceitos pela sociedade. É neste universo da construção histórica da sociedade que o mito/fala encontra o seu sentido num processo de projeção e identificação com o sujeito.

O mito é uma fala. Naturalmente não é uma fala qualquer. São necessárias condições especiais para que a linguagem se transforme em mito (...) Longínqua ou não, a mitologia só pode ter um fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela História: não poderia de modo algum surgir da "natureza" das coisas.⁴¹

Partindo da idéia de que o mito representa uma imagem e um discurso, a análise do mito JFK pode permitir-nos penetrar no significado da construção de sua imagem e do seu discurso.

A construção do mito JFK está ancorada em vários elementos e valores que surgem e ganham força no desenrolar do processo histórico dos Estados Unidos, como resultado de toda uma experiência empírica e coletiva da nação americana. Valores como poder, família, trabalho e pátria, incorporados pelo homem médio norte-americano com significados específicos derivados exatamente da experiência histórica e vividos como realidades.

Estes valores são utilizados pela mídia para dar suporte à construção do mito. São elementos que fazem parte do imaginário coletivo do homem médio norte-americano, ao longo da história. Portanto, a análise da construção do mito JFK passa

⁴⁰ BARTHES, R. Op. cit. p.105

⁴¹ BARTHES, R. Op.cit p. 105-106

por um conjunto de elementos usados pela mídia, os quais estão associados à memória coletiva do cidadão norte-americano.

Talvez um dos elementos mais destacados pela mídia, seja a estética. Não só JFK, mas o casal Kennedy é visto como belos, elegantes e cultos. Sua elegância é de tal grandeza que Jacqueline Kennedy torna-se um padrão de beleza na época, e se transforma em um ícone da moda. Em um artigo de 1961, Jacqueline é representada como:

*... uma das mulheres mais jovens a ocupar a posição de Primeira Dama na história dos Estados Unidos, parece, a julgar pelas características exteriores, feita para a função. Nasceu num ambiente de riqueza e alta posição social, é uma mulher bela, com uma inteligência viva e interesses culturais refinados. Como Primeira Dama, ela jurou que no futuro só comprará roupas americanas e usará até saco de juta à guisa de vestido, se for preciso, para poupar embaraços a Jack. O certo, porém, é que, quer queira, quer não, irá influenciar o gosto e a moda.*⁴²

Normalmente, a mídia associa a beleza à juventude. É o esteticamente belo, associado ao conceito de "novo". A mídia alimenta a idéia de que JFK representa o "novo", assim como a indústria de bens de consumo tenta produzir mercadorias cada vez mais novas, utilizando para isso recursos tecnológicos cada vez mais recentes. A mídia apresentava na época valores enfocando a juventude, provavelmente na preocupação de produzir novas mercadoria para os consumidores da cultura de massa.

Talvez Elvis Presley seja o ícone cultural da juventude do período mais significativo, tendo introduzido, através de seus rebolados e remeleixos, um ar "rebelde" na música norte-americana. Com uma dança erotizada, e uma música que rompia os padrões morais e estéticos que vigoravam até o início da década de 50, conseguiu mexer com a cabeça da juventude e foi adotado por parte da mídia, que soube explorar sua imagem como jovem rebelde. Vários foram os ídolos desse movimento

⁴² JACQUELINE Kennedy: Primeira Dama dos Estados Unidos. *Seleções*, p.39, Mai., 1961.

transviado: Jaimes Dean , The Beatles (estes na Inglaterra), Marlon Brando. Explorados pela mídia, sob o viés da juventude, ao mesmo tempo que transgrediam os padrões estabelecidos, com suas músicas, danças e visual, não se desprendiam de certos valores morais inerentes à sociedade.

Assim, a imagem de JFK representa também o momento histórico de uma época, na qual sua beleza e juventude são elementos para expressar um série de acontecimentos e transformações que a sociedade americana estava vivendo. O título de um artigo de maio de 1962 é sugestivo: “ *Dezesseis duros meses no exercício do cargo moderaram e amadureceram o mais jovem chefe do Executivo já eleito na história dos Estados Unidos*”.⁴³

Com isso, a mídia acabava por projetar toda uma série de valores de uma sociedade em transformação na figura de um presidente. Era um processo de mão dupla. Enquanto a mídia explorava ao máximo a imagem dos Kennedys, vendendo pilhas de jornais e revistas, alimentando noticiários e programas de tv, também era utilizada pelos Kennedys para se projetarem, ganhando visibilidade. JFK será um dos primeiros presidentes americanos a fazer uso da tv constantemente, principalmente para se dirigir à nação. Em todos os seus pronunciamentos aos cidadãos norte-americanos, ele utiliza o rádio e a televisão.

Explorada principalmente na sua campanha para presidente, sua beleza dava uma conotação de ruptura com o antigo. Ao contrário, seu adversário político, Richard Nixon, além de feio foi identificado com o velho, o obsoleto. Mesmo que não seja possível demonstrar que o fato de Kennedy ser esteticamente mais bonito do que seu opositor tenha sido o fator predominante de sua vitória, é possível fazer uma analogia mostrando o contraste entre ambos e como isso foi utilizado pela mídia.

⁴³O TESTE de um presidente. **Seleções**: condensado da Time, p. 118, Mai., 1962

Todos esses atributos de Kennedy, enfatizados pela mídia transformou a atmosfera da Casa Branca, dando-lhe ares de sede de uma monarquia. Esta "monarquia" enaltecida pelos meios de comunicação, nos remete a um outro elemento de fundamental importância dentro desse processo: o poder.

Dar ares de monarquia a um sistema onde os valores republicanos são tão enraizados torna-se contraditório. Mas o poder que JFK representa para o cidadão americano vem também de outros elementos, transmitidos pela mídia, como sua família e riqueza, a própria função de presidente e a identificação com os valores de uma nação.

Vindo de uma família que ficou rica no início do século, Kennedy é mostrado como homem rico, culto e de bons modos, sua enorme família é freqüentemente identificada como "clã" ou "dinastia", uma referência clara ao poder que sua família detém. Uma das figuras mais importantes dentro da família era o patriarca, seu pai, Joseph Patrick Kennedy. É através dele que todas as decisões da família são tomadas. Até mesmo quando JFK foi anunciar sua candidatura, teve que pedir autorização para seu pai. A imagem transmitida pela mídia da família Kennedy é a da união. Em um artigo de 1961, lemos:

*Os Kennedys lutam constantemente para superar-se uns aos outros intelectualmente, nos esportes, em empreendimentos cívicos. Parece que não há nisso qualquer elemento de inveja. Cada Kennedy prefere instintivamente granjear a aprovação da família à dos estranhos. E quando um estranho ameaça frustrar as ambições de qualquer deles, toda a família forma em círculo, de defesa em riste, como um bando de bisões cercados por lobos.*⁴⁴

Podemos analisar este artigo sob a idéia de unidade, da identificação com a própria nação. Pois quando se diz que "*lutam constantemente para superar-se uns aos outros*", vincula-se de certa forma à própria história dos Estados Unidos, dos conflitos internos, de discriminações. Conflitos internos como a questão sulista, como a guerra da

⁴⁴ MARTIN, Harold H. Os espantosos Kennedys. *Seleções*, p. 49, Abr., 1961

secessão, uma luta interna, tendo o objetivo de superar-se um ao outro. E o que é mais significativo, remete à idéia do individualismo competitivo, essência do capitalismo.

Ao dizer, porém, "*granjear a aprovação da família à dos estranhos...*" nos remete ao imaginário americano da união, numa relação paradoxal. Ou seja, é na imperfeição interna da sociedade, com seus conflitos e desentendimentos, que aparece a perfeição da sociedade justa e livre. É ao aceitar a crítica dos insatisfeitos que se tem uma sociedade democrática e que respeite as minorias. O próprio Kennedy é um exemplo disso, sua imagem de homem católico e a representação que a mídia passa é a de aceitação, onde em um país de protestantes, pode-se eleger democraticamente um presidente católico. Assim, expressa a caracterização da sociedade americana, que é um país onde há liberdade de expressão.

Porém, ao dizer que "*um estranho ameaça frustrar as ambições de qualquer deles...*" nos dá idéia do perigo externo, a família torna-se a representação da nação. São unidos, como a nação pretende ser, mesmo com suas diferenças internas. E quando a ameaça é externa estes tornam-se mais fortes. Pois as diferenças externas os tornam iguais, ameaçando todo um modo de vida interno. Assim, cria-se uma projeção, através da mídia, que justifica e exemplifica a sociedade americana.

Por outro lado, temos a próprio valor de família, que é representado pelo casal Kennedy, John e Jacqueline, representam a família nuclear americana. O homem, a mulher e os filhos são vistos como modelo de família: o homem rico e poderoso, a mulher bonita, charmosa e atenciosa com seus deveres, os filhos bonitinhos e obedientes. É um ícone que representa todo um modelo de estrutura social, o qual a sociedade idealiza, até mesmo com um visão de gênero extremamente hierárquica.

*Jackie não participa das planificações políticas do marido. Seu papel é quase todo visual. Nos palanques, ela é decorativa e, além disso, às vezes pronuncia com graça pequenos discursos para grupos étnicos, em francês, espanhol, ou italiano.*⁴⁵

Outro aspecto relevante, no elemento do poder, é o próprio exercício do cargo de Presidente. A mídia transforma esta atividade em algo sagrado, talvez daí a associação da figura de JFK à de um príncipe - Camelot. Remete-se com uma certa frequência pela mídia, à uma noção de realeza, de poder sagrado que o exercício do cargo de Presidente confere, por certo o fazem por acreditar que os Estados Unidos é a maior potência industrial e bélica do mundo, associando assim o cargo de presidente ao de homem mais poderoso do mundo.

Em uma publicação de abril de 1963, a Revista Seleções apresenta este lado cultuado da função, onde qualquer gasto financeiro de seu presidente é naturalmente justificável.

*Estima-se, todavia, que o transporte, hospedagem e alimentação da comitiva presidencial numa viagem de três dias até Palm Beach custa uns 6 000 dólares. Caro? É, mas o jato presidencial permite ao Presidente aproveitar ao máximo seu tempo. Apesar de todo o seu luxo, para o Presidente dos Estados Unidos, o Força Aérea nº 1 é apenas mais um gabinete, onde uma hora de voo é geralmente mais uma hora de trabalho.*⁴⁶

Estes são portanto elementos de identificação do mito através do poder que este representa, um dos elementos talvez mais característicos na identificação com o homem médio norte-americano, é a identificação da figura de JFK com a pátria.

No documentário do governo americano de 1961 - uma propaganda do governo JFK sobre suas metas - a imagem de JFK é apresentada como a do homem providencial.

⁴⁵ JACQUELINE Kennedy: Primeira Dama dos Estados Unidos. *Seleções*, p.43, Mai., 1961

⁴⁶ WINCHESTER, James H. JFK e o Força Aérea nº 1, *Seleções*, p. 80, Abr., 1963

Mostra-o como condutor da sociedade, sua figura expressando toda a vontade e o perfil da sociedade. Ao mesmo tempo, é uma pessoa que aparece como tendo feito doação de sua pessoa à Pátria. Este é inclusive o próprio apelo do presidente à nação quando do seu discurso de posse, em janeiro de 1961: "*Não perguntem o que o país pode fazer por você, mas sim o que você pode fazer pelo país.*"⁴⁷

Esta frase dita por Kennedy expressa a idéia da construção da pátria quotidianamente. São os cidadãos os responsáveis por esta construção, pois o país na verdade é a união de seus cidadãos. *Não perguntem o que o país pode fazer por você* ressalta a idéia de desprendimento de valores particulares, de que não há lugar para esses interesses na nação americana, nos remetendo à própria imagem de Kennedy como homem público, abnegado. Falando para a nação, Kennedy projeta em seu discurso o imaginário do povo americano identificado com o trabalho, com o fazer-se por si mesmo: *... mas sim o que você pode fazer pelo país*, daí a idéia do coletivo, da participação popular nos destinos da nação, atribuindo ao povo um papel de destaque na sua história. Essa frase expressa de certa forma a própria relação de JFK com a noção de pátria, pois implicitamente em seu discurso utiliza-o para reforçar a sua imagem de homem providencial.

Na sua relação com a unidade, com o todo, ou melhor com a nação, este condutor adquire mais que o poder monárquico da condução do "seu povo", pois passa a ser a própria expressão da nação. Seu perfil acabado, seja nas ações como nas aspirações, acaba servindo para projetá-lo e identificá-lo com a pátria. Através da imagem que vai se tornando mito, o presidente não só se identifica com os valores de pátria presentes no imaginário do norte-americano, mas possibilita que este norte-americano se projete e se identifique na figura do presidente.

⁴⁷ WERNECK, M.L.T. Op. cit. p. 215

Um dos valores apontados pela mídia em relação a JFK, que também é importante na construção do mito, é sua relação com o trabalho. Invariavelmente muitos dos artigos o retratam como o trabalhador incansável, que mesmo rico, não leva uma vida desregrada.

*Até hoje, não houve uma só pessoa do clã dos Kennedys que dilapidasse o seu patrimônio ou se sentisse atraída pela ociosidade. Em vez disso, com a febril energia que freqüentemente deixa os seus amigos exaustos, eles se empenharam entre si numa competição renhida, mas amistosa, para a execução de boas obras públicas e privadas, que têm sido de amplo agrado para o patriarca da tribo*⁴⁸.

Mas essa identificação do trabalho com o homem médio norte-americano, está no valor que sempre atribuíram em sua história ao conceito de trabalho principalmente por tratar-se de imigrantes, que foram o alicerce da construção da sociedade americana. Sendo neto de imigrantes irlandeses, Kennedy é retratado como avesso ao ócio e sempre se superando na adversidade. *Mas está na natureza de Kennedy agir quando a situação parece pior.*⁴⁹

Isto nos remete à história da fundação das colônias americanas. Foram com os peregrinos do século XVII, através de seu trabalho, esforço e perseverança que conseguiram se fixar na nova terra. No imaginário americano, a presença dos primeiros peregrinos é muito forte, exemplo disso é o feriado comemorado em novembro, Thanksgiving⁵⁰, em memória aos primeiros peregrinos que chegaram da Europa ao continente americano e que sofreram com as adversidades encontradas

*Fome, nativos hostis e malária cobraram um tributo de muitas vidas antes que os colonos aprendessem a conviver com o ambiente estranho e densamente arborizado. Todos menos 38 dos que chegaram inicialmente faleceram no primeiro ano.*⁵¹

⁴⁸ Martin, Harold H. Os Espantosos Kennedys. *Seleções*, p. 046-047, Abr., 1961

⁴⁹ O TESTE de um presidente. *Seleções*, p. 124, Mai., 1962

⁵⁰ Dia de ação de Graças

⁵¹ SELLERS, C. Op. cit. p.21

*Mas aqui não posso fazer nada a não ser permanecer, fazer uma pausa e ficar meio pasmado com a condição atual desta pobre gente... Estando assim passados, o vasto oceano e um mar de problemas da preparação...agora não têm amigos para os bem-receber, nem tabernas para entreter ou refrescar seus corpos curtidos pelo tempo, nem casas ou muito menos cidades para reparar, buscar auxílio...E pela estação, era inverno, e os que conhecem os invernos desta terra sabem-no ser forte e violento e sujeito a cruéis e ferozes tempestades, perigoso para jornadas a sítios conhecidos, ainda mais para levantar uma costa desconhecida. Também que poderiam ver, salvo um hediondo e desolado sertão pleno de bestas selvagens e homens idem... O que poderia agora ampará-los senão o espírito de Deus e Sua graça?*⁵²

No imaginário do cidadão norte-americano estes peregrinos deram suas vidas para a construção do país. Em um ambiente inóspito, sem abrigo, com um inverno rigoroso, estes peregrinos construíram suas casas, caçaram seu alimento, confeccionaram sua roupa; fizeram-se por si mesmo, sofreram em busca de um ideal. É muito forte a conexão que existe no imaginário americano vinculando o trabalho por um ideal, capaz de romper qualquer barreira, e o sucesso coletivo e individual.

Outro momento relevante foi a conquista do oeste.

*...a busca apontava para o Oeste e para o objetivo eterno do norte-americano: a terra barata e um novo começo de vida. No sul, a maré de colonização rolou até a fronteira da província mexicana do Texas. Mais ao norte, aproximava-se das Grandes Planícies, destituídas de árvores e julgadas impróprias para o cultivo.*⁵³

Muito aproveitada no cinema, a conquista do oeste já foi enredo de várias produções holywoodianas. Interessante ressaltar que o ápice da popularidade desse gênero foi nas décadas de 40 e 50. Sempre com paisagens agrestes, normalmente desérticas, com um sol escaldante e personagens rudes com traços fortes fisicamente e

⁵² NEVINS, Allan e COMMAGER, H. Steele *Breve História dos Estados Unidos*. 2º ed. São Paulo: Ed. Alfa-Omega, 1986, p. 27

⁵³ SELLERS, C. Op.cit. p. 166

de caráter forte. Os personagens construídos nesses filmes retratam as pessoas que buscam riqueza e uma nova vida. Retratam os homens como heróis que fundam cidades, lutam contra os índios para defenderem sua família. Note-se que em ambos os casos, de peregrinos e colonizadores do oeste estão sempre associados à imagem da família. Também JFK é pela mídia vinculado à sua família.

A conquista do oeste reforça no imaginário do norte-americano, o valor do trabalho. Pois é a partir da conquista do oeste e depois através da guerra de secessão, vencida pelos estados nortistas, que vai se dar a construção da imagem dos Estados Unidos moderno. A partir da união dos estados e do desenvolvimento da região oeste, com a sua colonização, os Estados Unidos criaram as condições que permitiram um grande desenvolvimento industrial. Ou seja, o esforço no trabalho seria sempre recompensado na forma de desenvolvimento, tanto individual quanto do próprio país, o que só reforçava o imaginário fundamentado nesses valores.

O processo de identificação com Kennedy transita entre o que ele representa enquanto indivíduo, enquanto presidente, e o que sua família representa. Imigrantes que através de seu trabalho tornaram-se ricos e que mesmo ricos não tornaram-se ociosos. O trabalho é uma ética de vida, que explica a conservação e ampliação da fortuna.

Dentro do sistema capitalista, e principalmente nos Estados Unidos, este é um tema fundamental para a ética burguesa. É nela que se baseia a idéia da terra das oportunidades onde qualquer cidadão que trabalhe com muita perseverança terá seu lugar ao sol. Vemos que a mídia, através de artigos de jornais, filmes e programas usa a figura de JFK para reafirmar estes valores que ganham força por já fazerem parte do imaginário do cidadão norte-americano.

O cidadão assimila esses valores e transporta para seu mundo real, conservando e fortalecendo este ideal burguês. Isto é tão presente no imaginário americano, que a

luta contra seu sistema antagônico também é dimensionada na figura de JFK, como a luta contra o comunismo.

JFK é o representante dessa luta, em seus discursos o afirma de forma categórica. Assim, a mídia utiliza e cada vez mais reafirma os valores burgueses. Em um discurso à Sociedade Interamericana de Imprensa, disse:

O comunismo está lutando para subverter e destruir o processo de desenvolvimento democrático, para estender seu domínio a outras nações do hemisfério(...) devemos continuar a apoiar medidas que detenham a infiltração e a subversão comunistas e que ajudem a governos vítimas de ameaças procedentes do exterior. Os Estados americanos devem estar prontos a socorrer qualquer governo que peça ajuda para impedir uma substituição governamental ligada mais às políticas do comunismo estrangeiro do que a uma aspiração nacional de mudança (...) Neste hemisfério devemos lançar mão de todos os recursos ao nosso alcance para impedir o estabelecimento de uma nova Cuba (...) E à medida que aumentar o ímpeto de nossa força, a vigorosa sedução do comunismo diminuirá consideravelmente. Isto já começou a acontecer com o castrismo, que há poucos anos atrás despertava o entusiasmo de milhares de pessoas em todas as nações e que hoje possui número cada vez menor de adeptos espalhados pelo continente. A experiência da China, da União Soviética e da própria Cuba demonstrou que as promessas de abundância sob a tirania são falsas. Nós mesmos podemos provar que o progresso é a resposta mais segura às falsas promessas dos déspotas.⁵⁴

JFK é tido pela mídia como o defensor das sociedades democráticas. Ele representa então toda uma sociedade e aceita todo um conjunto de valores inerentes a esta. O comunismo se torna uma ameaça na medida que nega todos estes valores.

No exercício dessa arte incerta, a grande prova com que se depara o mais jovem presidente eleito e o mais vigoroso do século XX - e todos aqueles que vivem sob a sua chefia - é enfrentar e combater as forças de pilhagem do comunismo em todas as frentes, em todos os postos do mundo. No seu primeiro ano como presidente, John Fitzgerald Kennedy demonstrou qualidades que fizeram dele o chefe cheio de promessas nessa batalha.⁵⁵

⁵⁴ WERNECK, M.L.T. Op. cit. p. 229

⁵⁵ O TESTE de um presidente. *Seleções*, p.132, Mai., 1962

A Guerra Fria projeta-o como o pilar de resistência na tentativa de deter o avanço comunista. E isso significa defender os valores cristãos ocidentais, o modo de vida americano e os ideais democráticos da Revolução Americana.

È nesse contexto que JFK idealiza "Aliança para o progresso", que é a tentativa prática de deter a formação de grupos comunistas e movimentos populares revolucionários na América Latina. Em suas palavras em seu discurso de posse:

A nossas repúblicas irmãs, do Sul do continente, fazemos uma promessa especial, a de converter boas palavras em boas ações, forjando uma nova aliança para o progresso, a de auxiliar homens livres e governos livres a livrarem-se das cadeias da pobreza. Mas, essa pacífica revolução de esperança não deve tornar-se presa de potências hostis. Saibam todos os nossos vizinhos que nos uniremos a eles para enfrentar a agressão e a subversão, em qualquer lugar das Américas. E saibam todas as outras potências que este hemisfério pretende ser dono e senhor de si mesmo⁵⁶.

A Aliança para o Progresso tinha como metas ajudar no desenvolvimento de países latino-americanos através de incentivos financeiros e ajuda assistencial através de voluntários, como o Peace Corps (corpos da paz), que objetivavam criar melhores condições de vida nos bolsões de miséria da América Latina. Este programa é o exemplo de que JFK representa a defesa dos valores norte-americanos em todos os lugares - mesmo fora de seus limites. A luta contra o comunismo faz de Kennedy um baluarte dos valores burgueses não só nos Estados Unidos, mas em todo o mundo. É a representação da manutenção e afirmação do status quo.

Notamos que a idéia da figura do condutor da sociedade americana que está contida na imagem do presidente é o mesmo papel que a sociedade americana se atribui em relação ao mundo ocidental. Seu papel aparece como sendo o de um líder benevolente defensor da liberdade e modelo de conduta. Assim como a figura do

⁵⁶WERNECK, M.L.T. Op. cit. p. 215

presidente em relação à nação é apresentada como sendo sua expressão máxima, tanto nas ações como nas suas expressões, esta nação se coloca como sendo a expressão máxima das nações do mundo ocidental.

*Converteram Cuba numa vítima do imperialismo estrangeiro, num instrumento da política de outros, numa arma utilizada num esforço dirigido por potências estrangeiras para subverter outras repúblicas americanas.*⁵⁷

O mundo livre nos moldes que essa sociedade aspira é aspiração das nações amigas. Assim os Estados Unidos aparece em socorro dessas liberdades e aquelas nações que estão sob a influência de teorias "imperialistas" estrangeiras, bem como aquelas vozes solitárias de contestação ao sistema, mais dia ou menos dia serão libertas e esta influência maligna derrotada, será então a vitória do bem sobre o mal.

Outro aspecto abordado pelo governo Kennedy, e ressaltado pela mídia, é a questão dos Direitos Civis. É em seu governo que se elabora o projeto para apreciação do Congresso, sobre a lei de ordem regulamentar dos Direitos Civis nos Estados Unidos. Em 1963, JFK envia ao Congresso este projeto de lei, contra a discriminação em logradouros e acomodações públicas. Em seu discurso feita em cadeia de rádio e televisão, ele diz:

Na próxima semana pedirei ao Congresso dos Estados Unidos para agir, para assumir um compromisso que ainda não cumpriu completamente neste século em relação ao conceito de raça que não tem lugar na vida ou na lei americana. O poder judiciário federal tem sustentado esse conceito ao conduzir seus casos, incluindo a contratação de pessoal federal, o uso de instalações federais, e a venda de abrigos financiados pela federação. Mas existem outras medidas necessárias as quais somente o congresso pode tomar, e elas precisam ser tomadas nesta sessão. O antigo código de lei igualitária sob o qual vivemos exige que remediemos todo o mal, mas em muitas comunidades, em muitas partes do país, injustiças são infligidas aos

⁵⁷ WERNECK, M.L.T. Op. cit. p.223

*cidadãos negros e não existe reparo pela lei. A menos que o congresso aja, sua única possibilidade de reparo serão as ruas. Estou, portanto pedindo ao Congresso que promulgue uma legislação que dará a todos os americanos o direito de ser servido em instalações que são abertas ao público - hotéis, restaurantes, teatros, lojas e estabelecimentos similares. Para mim este parece ser um direito elementar. Negá-lo seria uma arbitrariedade indigna que nenhum americano em 1963 deveria apoiar, mas muitos o fazem.*⁵⁸

Nesse aspecto, esse projeto de lei que tentava impedir a discriminação racial, destaca a figura de Kennedy novamente como defensor da liberdade, a imagem da benevolência, envolvido com as tradições democráticas do país.

Falar na imagem de defensor da liberdade é transmitir o significado da própria realização e garantia do espírito democrático tão forte no imaginário coletivo do norte-americano. Um exemplo desse espírito arraigado é o da noção do país das oportunidades, de igualdade para todos.

JFK então, quando defende os direitos civis, está reafirmando esta idéia do país das oportunidades. Sendo ele a própria expressão dessa idéia, de ser o imigrante que tornou-se rico e alcançou destaque na sociedade americana com a presidência. Ele é, portanto, a síntese do pensamento americano da terra das oportunidades. E como católico, esta idéia é reforçada ainda mais, pois ele é um vencedor em uma terra predominantemente protestante, afirmando-se de novo o sentido de que a América é um país onde todos tem oportunidades , seja ele quem for.

Na sua imagem, JFK encarna esses valores e ao defender estes reafirma no imaginário americano toda uma série de valores e idéias. O homem médio americano reconhece em sua imagem, através de um imaginário processado ao longo da história americana, todo um sistema de valores que é tão presente em sua vida. O cidadão

⁵⁸ KENNEDY, J.F *Relatório em Rádio e Televisão para o povo americano sobre os Direitos Civis*, 11 de junho de 1963. Retirado do site <http://www.cs.umb.edu/~rwhealna/jfk/jfkmfsc.htm>, no dia 14/09/99 e traduzido por Evelyne Martin.

americano só se reconhece na figura de Kennedy porque ele é apresentado intimamente vinculado a este conjunto de valores que fazem sentido e possuem coerência para a maioria dos homens e mulheres norte-americanos.

Quando Kennedy diz : " *...sua única possibilidade de reparo serão as ruas*", nos remete à idéia de que mesmo o Congresso não atendendo seu pedido, a sociedade americana é suficientemente forte democraticamente para suportar uma manifestação de uma minoria racial nas ruas. Ou seja, neste contexto, elas se fariam ouvir de uma forma ou de outra.

"*Negá-lo seria uma arbitrariedade indigna que nenhum americano em 1963 deveria apoiar mas muitos o fazem*" - o conflito é fruto portanto de uma sociedade heterogênea e que garante a todos o direito de expressarem o que sentem; quando diz " *muitos o fazem*" admite de certa forma a existência de grupos racistas que também se fazem ouvidos. Mesmo sendo uma "*arbitrariedade indigna*."

*Este é um país uno. Se tornou um país uno por causa de todos nós e das pessoas que vieram aqui e tiveram uma oportunidade igual de desenvolver seus talentos. Não podemos dizer a 10% da população que eles não podem Ter esse direito; que seus filhos não podem Ter a chance de desenvolver quaisquer talentos que tenham; que a única forma pela qual eles conseguirão conquistar seus direitos será indo às ruas e fazendo demonstrações. Creio que devemos a eles e a nós mesmos mais do que isso.*⁵⁹

Neste trecho do seu discurso, Kennedy reafirma a unidade americana, "somos um país uno", capaz de sobreviver e se afirmar exatamente porque está apoiada na garantia de direitos iguais, o que pressupõe também igualdade de oportunidades.

⁵⁹KENNEDY, J.F. *Relatório em rádio e televisão para o povo americano sobre os direitos civis*, 11 de junho de 1963. Retirado do site, <http://www.umb.edu/~rwhealan/jfk/jfkmisc.htm>, no dia 14/09/99 e traduzido por Evelyne Martin.

Portanto a construção da nação americana é uma obra coletiva, realizada por todos os cidadãos, sejam eles brancos, negros, irlandeses, imigrantes, reforçando a idéia de que esta construção se dá diariamente. Todos possuidores de talentos e oportunidades iguais que, quando não são reconhecidos em termos legais, como era o caso dos negros em alguns estados, poderiam se valer das ruas, um espaço de intensa visibilidade, para fazerem valer os princípios basilares da sociedade, a eles negados: a igualdade e oportunidades iguais. Ou seja, mesmo com a discriminação racial, o que pode ser lido como uma imperfeição do sistema, admite-se que uma minoria se manifeste exatamente para “corrigir” ou alterar as imperfeições. Faz-se assim, uma projeção do seu discurso com a idéia de que os Estados Unidos é a terra das oportunidades iguais, mais que isso a própria figura de JFK representa em si este imaginário.

Portanto, todos esses elementos utilizados pela mídia na construção e no suporte do mito de JFK, fazem parte do imaginário coletivo do homem médio norte-americano. Este imaginário é produto de um processo histórico, presente na vida cotidiana do cidadão americano.

O mito JFK se apoia em um discurso coerente, pleno de significados, dirigido ao cidadão americano. Através da imagem do homem/presidente JFK, projetada nos discursos e na mídia, podemos identificar todo um sistema de valores que a sociedade americana, ao longo de sua história, defendeu e reafirmou.

Com todos estes valores utilizados pela mídia, há uma associação da figura de JFK com a pátria e com a nação. Não só porque aparece como tendo feito a doação de sua pessoa à pátria, mas também por conter em sua imagem a própria expressão da nação.

Ao retratar JFK, pertencente a uma grande família, a mídia reforça os valores da sociedade americana baseadas na união, mesmo com suas diferenças internas e na

superação de seus problemas. Quando o faz através de sua família, mulher e filhos, idealiza-se o padrão da família nuclear americana. É então a projeção de valores da sociedade americana na figura dos Kennedys.

Mas quando a mídia o encara como um grande trabalhador, mesmo rico, com uma grande energia e força de vontade, projeta em sua imagem todo um imaginário de uma nação que se baseou nos valores de trabalho. Além disso, reforça o valor de que a América é o país das oportunidades. Onde a figura de imigrante, representada por Kennedy, demonstra a própria realização de que realmente a América é a terra das oportunidades. Sendo que ao mesmo tempo, demonstrando Kennedy como o primeiro presidente católico da história dos Estados Unidos, o que expressa outra caracterização que a sociedade americana assume de si, que é um país onde há liberdade de expressão.

Ao identificar Kennedy como o representante na luta contra o comunismo, significa dizer que este o faz para defender os valores cristãos ocidentais e o modo de vida americano. É a projeção de toda uma sociedade que luta contra um sistema, onde vêem se ameaçados na perspectiva de anular seu modo de vida; Kennedy é portanto o baluarte que representa a luta do modo de vida americano.

Quando o aponta como o líder contra a discriminação racial nos Estados Unidos, a mídia através da figura do mito reafirma a noção do país de oportunidades iguais para todos; como também a idéia de união mesmo com suas diferenças.

A mídia, portanto, reafirma com estes valores utilizados para a construção do mito e sua sustentação. Reforça-se então todos estes valores na medida em que se torna mais fácil sua utilização, pois todos eles podem ser projetados e identificados na figura de JFK. É neste período específico, a década de 50 e 60, que a cultura de massas exige constantemente novos símbolos que se possam identificar com o novo.

Pode-se pensar, então, que a figura de JFK representa o elo de ligação entre dois universos de valores. Os valores tradicionais americanos, aqueles que fazem parte do imaginário do cidadão americano, enraizados no seu cotidiano e identificados com a própria história dos Estados Unidos, como: trabalho, família, poder, o estilo de vida americano, pátria, democracia. São valores que serviram sempre para explicar a razão do progresso e desenvolvimento dos Estados Unidos e que portanto, permanecem. Não podem ser relevados nem destruídos; além disso são fatores de identificação do cidadão com a figura de JFK, é o diálogo na fala do discurso do mito. É a fala coerente e que faz sentido ao cidadão americano.

E outros valores que ganham força no período da década de 50 e 60, o culto a juventude, a liberdade jovem, alegria a beleza - que são expressas também nas músicas como o rock and roll, com Elvis Presley; ou nos filmes com a beleza de Marilyn Monroe ou nos filmes rebeldes de James Dean.

Estes valores estéticos, produtos do orgulho americano pela vitória na II Guerra Mundial e pelo desenvolvimento da economia, se encontram com a tradição, mas não destrói aqueles valores que são vistos como pilares da nação americana. JFK encarna estes dois momentos, estes dois universos de valores.

É como se seu corpo, sua história familiar, suas posições políticas, sua cultura simbolizassem tudo isso. Em seu discurso de posse, Kennedy expressa em si essa ponte de ligação, como pertencente a uma nova geração de americanos.

Não ousemos esquecer, hoje, que somos os herdeiros daquela primeira revolução. Digamos neste momento e deste lugar, aos amigos e aos inimigos, que a tocha passou para uma nova geração de americanos, nascida neste século, temperada pela guerra, disciplinada por uma paz amarga e fria, orgulhosa de nossa herança histórica - e que não está disposta a testemunhar ou permitir a lenta

*eliminação dos direitos humanos em cuja defesa esta nação sempre esteve comprometida , e com os quais está comprometida hoje.*⁶⁰

São uma nova geração de americanos, mas que são herdeiros de uma revolução. São nascidos neste século, mas orgulhosos de sua herança histórica. Fazem parte de uma nação que esteve sempre comprometida, que está comprometida hoje. Portanto na figura de JFK, repousa um elo de ligação entre dois mundos: o da tradição americana e os símbolos de uma nova cultura. De uma indústria que busca em seus meios cada vez mais produzir elementos novos para serem consumidos, como carros, eletrodomésticos, música, estrelas de cinema, artistas, ícones culturais, e porque não dizer um presidente.

⁶⁰ WERNECK, M.L.T. Op. cit. p. 216

CAPÍTULO III

A permanência do mito

O mito moderno é construído enquanto produto de um processo histórico e do imaginário de uma determinada sociedade em um determinado período. A relação da sociedade com o mito se dá através de um discurso coerente, capaz de se tornar significativo para o interlocutor. Neste processo, a mídia exerce um papel fundamental, construindo e reforçando o mito por meio de elementos que são extraídos do universo de valores que fazem parte do imaginário coletivo.

Um desses elementos utilizados pela mídia e que reforça a idéia de mito, principalmente no caso de JFK, é o elemento da tragédia. Inicialmente um conceito utilizado para identificar um gênero literário específico, com o surgimento dos meios de comunicação de massa foi ganhando conotações essencialmente figuradas, passando a identificar os acontecimentos funestos, as desgraças, as adversidades, os males, as catástrofes.

Nos gregos a idéia inicial de tragédia está associada à figura do herói. Os dramaturgos gregos como Sófocles, Ésquilo e Eurípedes, recorreram à mitologia grega para criar o universo de sua literatura. Pois a tragédia é o resultado de um mundo que se apresenta como o choque entre forças opostas: o mítico e o racional.⁶¹

*São características do gênero trágico, apresentadas por Albin Lesky, o uso da máscara, que é a essência da representação dramática, a metamorfose; o coro, representando a coletividade dos cidadãos; o herói trágico, que reduplica os valores religiosos, políticos, aristocráticos questionados na época.*⁶²

Se o herói trágico para os gregos reduplicava os valores religiosos, políticos e aristocráticos questionados na época, hoje a mídia conserva algumas dessas características quando quer dar dimensão de tragédia a acontecimentos que envolvem o

⁶¹ DA COSTA, L. Militz e REMÉDIOS, M. Luiza *A tragédia: Estrutura e história*. São Paulo: Ed. Ática, 1988, p. 08.

⁶² DA COSTA, L.M. e REMÉDIOS, M.L. *Op.cit.* p.09

indivíduo ou a coletividade. Ao traçar o perfil do “herói” moderno, veste-lhe uma segunda pele, também reduplicando os valores religiosos, políticos, morais e éticos que encontram ressonância na sociedade, porém sem questioná-los, ao contrário reforçando-os. Desta forma, os conflitos internos que o herói vive já não são os seus, mas os da coletividade com a qual se identifica, da qual foi formado.

Em Shakespeare, peças como Hamlet, Otelo e especialmente Macbeth destacam-se pela forma com que o autor apresenta os conflitos do homem e de sua consciência. Macbeth é uma tragédia que ambientada na Escócia, é a história de um nobre que teve o futuro traçado pelas predições de algumas bruxas, garantindo-lhe que seria o futuro rei da Escócia. Depois desta predição, Macbeth comete uma série de assassinatos para ver a profecia concretizar-se, acaba se tornando rei, mas depois é assassinado. É a história trágica de um homem que utiliza todos os meios possíveis para conquistar o poder. é um drama sobre a consciência humana.

Tanto para os gregos como para Shakespeare, as tramas das obras giram em torno da figura do herói. Esses heróis pertencem mais a um universo particular, onde se dão seus conflitos e sua tragédia. Contudo, mesmo os gregos utilizam sua mitologia, que é oriunda de sua religião, como pano elemento fundamental para compreender os dramas trágicos vividos pelo herói. Apesar da religião ser uma representação coletiva, seus enredos são dimensionados em um caráter privado, o dos conflitos humanos. Shakespeare também que se baseia em temas particulares, onde o privado supera o público.

O caráter político do fenômeno trágico em Tróilo e Créssida decorre principalmente, do individualismo que marca as personagens. O interesse coletivo e público (a pátria em guerra) é substituído pelo interesse individual e particular (paixão e juras de amor), sendo o próprio motivo da Guerra de Tróia, no seu todo cortesão: rapto de Helena, mulher de Menelau (governador de Esparta), por Páris e os

*troianos, e consequentemente vingança dos gregos, sob as ordens de Agamêmnom (irmão de Menelau)*⁶³.

O caráter político torna-se privado. Mesmo com uma guerra, os personagens preferem fazer juras de amor e preocupar-se mais com o romance do que os acontecimentos envolvendo sua pátria.

Ao contrário dos personagens clássicos da tragédia, os dramas dos heróis modernos tendem a assumir uma dimensão que só se realiza no espaço público, uma vez que a própria construção destes heróis, realizada pelos meios de comunicação, requer esta esfera pública para ganhar consistência. É o caso das doenças, assassinatos e outros dramas vividos por personalidades do mundo do cinema, da televisão, dos esportes ou por políticos de projeção que, de dramas particulares, transformam-se em comoção coletiva.

Neste sentido, o personagem JFK, e a própria família Kennedy, são exemplares. JFK foi e ainda é mostrado pela mídia como o herói que teve um fim trágico, mas que viveu seus dilemas e conflitos mais na dimensão do coletivo do que do individual. Seus conflitos, segundo a mídia, não são conflitos de caráter pessoal, mas conflitos que envolviam interesses coletivos. Colados à imagem de Kennedy, estão o conflito da Guerra Fria, a angústia de uma iminente guerra nuclear, as tensões entre americanos e soviéticos; está a questão dos direitos civis, do conflito entre a intolerância branca e a luta dos negros pelo seus direitos; está o conflito do Vietnã, o de enviar jovens americanos para um longínquo país asiático para defender " *a independência do mundo livre*".

Kennedy, que de fato foi condecorado como herói de guerra, e a mídia lançava mão deste fato com muita frequência, viveu os conflitos, os medos, as angústias, mas também a esperança da sociedade norte-americana, incorporando na sua figura de

⁶³ DA COSTA, L.M. e REMEDIOS, M.L. Op. cit. p.43

homem público todo o drama da nação. Desta forma, quando a vida estritamente privada não foi sufocada, também ganhou dimensão pública, sendo consumida pelo público através das páginas de revistas, jornais e programas de televisão. Quando da sua morte, na edição de janeiro de 1964 a Revista *Seleções* publicou um manifesto dos seus redatores e que inclui este trecho:

*Não só o mundo perde um grande líder - um homem dedicado à paz e ao progresso humano - mas todos os americanos se encontram diante da negação do ideal democrático que eles outrora amaram mais do que a própria vida*⁶⁴.

Ao dizerem que "...os americanos se encontram diante da negação do ideal democrático que eles outrora amaram mais do que a própria vida" estão associando a imagem de JFK aos principais ideais da sociedade norte-americana, inclusive o ideal democrático, estão associando sua morte à negação dos valores americanos. Estão reforçando o mito do homem trágico que simbolizou a expressão da vigência de um conjunto de valores com os quais a sociedade se identificava. Criou um amálgama entre sua vida privada e os interesses da nação.

*Não é desculpa dizer que estas coisas também acontecem em outros países do mundo. Claro que acontecem. Mas a América é a América, líder do mundo ocidental - uma nação que simboliza e deve continuar simbolizando a justiça, a decência e a razão, a tolerância, a oportunidade e a esperança.*⁶⁵

Quando os autores deste manifesto nos dizem que a América é uma nação "...que simboliza e deve continuar simbolizando a justiça, a decência e a razão, a tolerância, a oportunidade e a esperança.", mais que a perplexidade provocada pelo assassinato do presidente de um país que se julga líder absoluto do mundo, temos a reafirmação dos valores que julgam característicos da sociedade. O assassinato do presidente que, simbolicamente, representava e incorporava estes valores, pode ser lido então como

⁶⁴ POR QUE morreu o presidente Kennedy. *Seleções*, p. 33, Jan., 1964

⁶⁵ POR QUE morreu o presidente Kennedy. *Seleções*, p.33, Jan., 1964

uma agressão perpetrada contra tudo aquilo que constituía o universo identitário dos norte-americanos. Se por um breve instante pode-se acreditar que estes valores foram feridos de morte juntamente com o corpo do presidente, logo em seguida, ao dizerem "...*deve continuar*..", reafirmam a sua vigência histórica, substância com a qual construíram a simbologia mítica do exercício do cargo de presidente da república.

É possível então percebermos que a tragédia, longe de destruir o mito, funciona como um elemento de reforço e consolidação, projetando o personagem e o drama por ele vivido além do seu tempo cronológico, inserindo-o na história.

Pensemos em um exemplo doméstico, o caso do piloto de fórmula 1 Ayrton Senna. Era um vencedor, praticava um esporte que é altamente elitizado, acessível somente à pessoas que tenham um certo poder aquisitivo. É também um esporte oriundo do desenvolvimento de uma indústria, a automobilística.

Desenvolvida com a mais alta tecnologia, a Fórmula Um é produto da indústria europeia de competição, é um laboratório da indústria automobilística e um excelente meio de publicidade. Se o automóvel se transformou, ao longo do século XX, em um ícone dos desejos de consumo de todas as classes sociais, incorporando elementos que fogem à fria racionalidade da relação custo / benefício, estar a bordo do que existe de mais moderno tecnologicamente nesta indústria, dominar estas máquinas, desafiar os limites impostos aos "mortais comuns" e vencer é, sem dúvida, um poderoso elemento para a transformação do homem em herói. Vencedor, jovem, simpático, o brasileiro comum projetou na figura de Senna os desejos e sonhos que, de uma forma bem nítida, eram desejos e sonhos coletivos. Anseios como o de viver em países altamente desenvolvidos, de "vencer na vida" superando as frustrações de um cotidiano massacrante. Além disso, a reafirmação de um certo orgulho pátrio, sufocado pela condição de país periférico e subdesenvolvido, pois quando o víamos no podium, com a

bandeira nacional erguendo-se entre as bandeiras de franceses, ingleses , japoneses e alemães nós, brasileiros, sentíamos-nos parte deste mundo, do mundo desenvolvido. A vitória do esforço individual do piloto transformava-se em sentimento de vitória coletiva, compartilhada.

Sendo um vencedor, a projeção e identificação do brasileiro com Senna foi significativa. Vencendo em um mundo altamente competitivo, nos mostrava a superação do humano. Outros elementos que podem ser apontados são a riqueza construída com o trabalho, exercer uma profissão de grande destaque na mídia, viver no jet-set internacional. Ao sentirmos que gostaríamos de ser como ele, negando a realidade de vivermos em um país pobre e subdesenvolvido, nos projetamos e identificamos com uma imagem construída pela mídia, mas cujos contornos de definição são elaborados pelos nossos desejos e necessidades, pelos nossos códigos de valores. A imagem de Senna transforma-se em um espelho invertido, que não mostra o que somos , mas o que gostaríamos de ser.

Portanto , são condições especiais de projeção e identificação que fazem que estas mortes, que normalmente deveriam possuir caráter privado, ganhem ares de tragédia pública. De fato, se por ventura algum outro piloto brasileiro algum dia se espatifar em um curva em algum Grand Prix, provavelmente não haverá um cortejo fúnebre de vários quilômetros acompanhando seu esquife.

Cabe agora acrescentar outros elementos para entendermos por que o assassinato de um presidente ganhou ressonância de uma tragédia pública que se abateu sobre os Estados Unidos. A morte do homem John Fitzgerald Kennedy foi uma tragédia privada, particular para sua família e amigos. No entanto, a morte do presidente Kennedy foi sentida pelo imaginário do norte-americano como tragédia pública. Esta percepção está ligada, evidentemente, à sua condição de homem público, de presidente do país. O fato

de que o exercício da presidência tenha dado a ele notoriedade é inegável, mesmo porque nos Estados Unidos a Presidência da República revestia-se de um caráter quase reverencial. Contudo, Kennedy não foi o primeiro presidente a ser assassinado nos Estados Unidos no exercício do cargo. Outros presidentes também foram assassinados, entre os quais Abraham Lincoln, em 14 de abril de 1865; dezesseis anos mais tarde foi o presidente James Garfield, que foi morto em 02 de julho de 1881; e vinte anos mais tarde foi a vez de Willian McKinley, em 06 de setembro de 1901. E com exceção de Abraham Lincoln, os outros raramente são sequer lembrados pela mídia ou estão presentes no imaginário do norte-americano.

Guardadas as devidas proporções, JFK e Lincoln simbolizaram de formas similares toda uma série de acontecimentos do período em que viveram. O homem médio norte-americano neles projetou seus valores e desejos, identificado-os como representantes daquilo em que acreditavam ou desejavam. No caso de Kennedy é necessário ainda ter em mente que o surgimento dos grandes meios de comunicação de massa naquele período foram fundamentais para consolidar a sua imagem.

O que vemos na construção do mito JFK é que este transcende o nível privado. A sua morte é uma tragédia privada com ares de tragédia pública, com ressonância nacional. Isto se dá pela forma com que a mídia tratou a imagem de JFK, aliás não só a de JFK mas de toda a família Kennedy. A mídia criou um amálgama de representações da imagem da família Kennedy, onde não distinguimos o público do privado. Quando da morte de seu filho, John Jr., em julho de 1999, a imprensa não poupou recursos para cobrir seu acidente aéreo, e o próprio presidente americano, Bill Clinton, ordenou que a Guarda Costeira americana fosse à procura dos destroços do avião, o que jamais ocorreria com um cidadão comum. Na revista *Isto É* de julho de 1999, sob o título "*Tragédia numa noite de verão*" lemos:

...em Washington alguns políticos perguntavam qual era o propósito de manter a busca exagerada e muito cara em se tratando de simples cidadãos. Respondendo a esta questão Bill Clinton disse que o almirante Larrabee acreditava que havia boas chances de os corpos serem encontrados. "Por causa do papel da família Kennedy na vida nacional, eu achei que a continuidade das operações seria apropriada" justificou Clinton.⁶⁶

O fato de disponibilizar toda uma frota de navios e aviões para procurar o corpo de John Jr., já nos dá a idéia de como a família Kennedy continua presente no imaginário coletivo americano. O próprio presidente Clinton justificou-se, dizendo que a família Kennedy está ligada intimamente à vida do povo americano. Não se diferencia neste momento o caráter privado do público, pois para todos os efeitos John Jr. era um cidadão comum, não exercendo nenhum cargo público. Pois os aviões e navios que estavam à procura do corpo, com certeza não foram feitos para tal finalidade, a de resgatar cidadãos de possíveis desastres, mas para defender e proteger o território americano de possíveis invasores. Neste momento vemos que o nome da família Kennedy confunde-se com a nação americana.

Quando observamos como a mídia retrata os integrantes da família Kennedy, compreendemos como isso ocorre. No caso de JFK, sempre ressaltou-se seu lado pessoal, o de bom pai e marido. Com isso seus filhos, mesmo antes de nascerem, foram alvos do assédio da imprensa, mostrando sempre a intimidade da família, criando-se assim uma falsa sensação de cumplicidade. Em uma reportagem de 21 de julho de 1999, no jornal *O Estado de São Paulo*, destaca-se que, apesar de John Jr. não ter pertencido à esfera política americana, sua figura fazia parte da mesma forma do imaginário do cidadão americano.

Andy Rooney, o septuagenário cronista de humor do 60 minutes, o programa jornalístico de maior audiência nos EUA, deixou a graça de lado no Domingo para dar seu palpite. "No começo, eu também achei a cobertura exagerada", confessou ele. "Mas a tristeza e

⁶⁶ FREITAS, Osmar Tragédia numa noite de verão. *Isto É*, São Paulo, n. 1556, p. 102, Jul., 1999.

*emoção que sinto diante da morte desse jovem que todos nós vimos crescer me fez pensar outra vez", disse. "Ele nunca entrou na política, mas era o herdeiro de uma dinastia política que, apesar da fortuna, motivou uma geração de americanos para o idealismo do serviço à sociedade e tomou defesa dos mais fracos como sua bandeira."*⁶⁷

Neste artigo, podemos perceber a forma como a mídia construiu a imagem da família Kennedy e como esta imagem, ao valer-se de aspectos que são encontrados na vida cotidiana de qualquer cidadão, como casamentos, nascimento dos filhos, as crianças brincando com o pai, passeando com a mãe, na verdade estava criando um modelo ideal de família. Este modelo estava revestido de uma enorme força pedagógica, na medida em que reproduzia, aparentemente, o universo de valores morais, éticos, sociais e estéticos considerados como ideais para todas as famílias norte-americanas. Estamos no terreno da construção de arquétipos projetados para toda a sociedade pela força da mídia, que tem como retorno um processo de identificação dos homens e mulheres norte-americanas com este modelo padrão e ideal de família gerando, também, uma ilusória sensação de cumplicidade com a vida privada, doméstica, dos Kennedys.

Isto é muito explícito no caso da família nuclear de JFK. Colocada no lugar de maior visibilidade, com todos os holofotes centrados sobre ela, a sociedade norte-americana pode acompanhar os passos do casal, o nascimento e o crescimento dos filhos, pode sentir o clima de glamour, de harmonia que exalava da Casa Branca (mesmo que este clima não fosse real, principalmente quanto à harmonia, pois sabe-se das brigas e traições conjugais, isto não invalida a elaboração e projeção desta imagem, dirigida para consumo de massa). Pode sentir-se participante da vida familiar dos Kennedys, "adotando" seus filhos. Quando da morte de JFK, uma das imagens mais fortes e marcantes foi exatamente o filho, ainda criança, ao lado da urna funerária, como

⁶⁷ SOTERO, Paulo EUA buscam razões para pesar nacional. **O Estado de São Paulo**, São Paulo, Internacional, 21 de Jul., 1999.

se expressasse naquele gesto o sentido de continuidade da família e de tudo que ela representava. Era o herdeiro que se apresentava, não mais como uma criança, mas como o homem que recebe do pai aquilo que lhe é mais precioso: o nome, carregado de simbologia. É significativo que esta criança, ao lado do pai morto, se apresentava vestida com todo rigor formal, como um adulto, como um herdeiro. Criança/herdeiro, passou a ser o filho de todas as famílias norte-americanas, motivando “*uma geração de americanos para o idealismo do serviço à sociedade e tomou defesa dos mais fracos como sua bandeira*”. Tornou-se símbolo, incorporou-se no universo do mito.

Essa idéia de que a família Kennedy, de certa forma, foi apropriada pelo imaginário como um bem público dos Estados Unidos é tão forte que, quando morreu John Jr., a própria família quis fazer do funeral uma cerimônia privada, sem a presença de repórteres e curiosos. Em artigo de 23 de julho de 1999, o jornal *O Estado de São Paulo* noticiava:

*Numa cerimônia simples, a bordo do destróier americano Briscoe, as cinzas de John F. Kennedy Jr., da mulher dele, Carolyn, e de uma das irmãs dela, Lauren Bessette, foram espalhadas ontem no oceano, perto do local de onde os corpos haviam sido encontrados na véspera (...) Num anúncio publicado ontem no jornal The New York Times, a família informou que a decisão de cremar o corpo atendia ao objetivo de não transformar o funeral de John Jr. num espetáculo.*⁶⁸

Simbolicamente, o ato pode ser lido como o resgate da dimensão privada da tragédia. A mesma tragédia que, por um lado contribui para reforçar e dar o sentido de permanência ao mito na esfera pública, que se torna, pela força da mídia, um espetáculo, também é vivida como aquilo que é na essência: dor familiar pela perda de um parente. Nesta dialética entre público e privado, entre estas duas dimensões tão presentes na vida do homem moderno, a negação do último ato do espetáculo da tragédia,

⁶⁸ CINZAS de John, Carolyn e Lauren lançadas no mar. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, Internacional, 23 de Jul., 1999.

circunscrevendo-o à esfera do privado, pode ser interpretado como o retorno da dimensão mais humana da dor, como a humanização da própria família.

O estranho porém é que a cerimônia fúnebre foi realizada em um destróier, um navio de guerra das forças armadas dos Estados Unidos. Mesmo querendo não transformar a cerimônia em um show para a mídia, o que seria de certa forma separar-se do caráter público da tragédia, a contradição se estabelece mais uma vez. Pois a família, ao utilizar um navio de guerra do governo americano, dá justamente a idéia de apropriação do bem público, pois de certo modo a própria família também o é. A família Kennedy está tão incorporada ao imaginário americano que isto não é questionado, ao contrário é até justificável. Mesmo quando surge a crítica, esta conduz à aceitação e à apologia. Em 23 de julho de 1999, o jornal *O Estado de São Paulo* publicava: "... o governo americano tem uma obrigação especial simplesmente porque Kennedy era tão famoso que opinião pública exigia uma solução para o caso."⁶⁹ A utilização de um grande aparato bélico para a procura do corpo de Kennedy é justificada pelo seu papel na vida norte-americana e, caso as autoridades não o façam, os cidadãos americanos irão cobrar do governo atitudes de preocupação para com esta família.

Outro fato que confirma esta identificação da família Kennedy e a imagem que a mídia faz de seus membros é exemplificada na foto⁷⁰ central da revista *Veja*, na cobertura da morte de John Kennedy Jr. sob o título "*O mito de Camelot*". Na foto John Jr. está sentado numa rocha e ao fundo está o monte Hoshemore, onde estão esculpidas em uma montanha as faces dos presidentes americanos George Washington, Theodore Roosevelt, Abraham Lincoln e Thomas Jefferson.

⁶⁹ TIERNEY, John Tratamento privilegiado desagrada a americanos. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, Internacional, 23 de Jul., 1999.

⁷⁰ Ver em anexos.

Esta foto ilustra toda a idéia que a mídia faz dos Kennedys, a de pertencer ao imaginário americano representando os valores intrínsecos ao processo de formação da nação americana. O mesmo processo se dá também com seu pai, JFK. Sua imagem passa a representar nos anos 50 e 60, para o americano médio, os sonhos de grandeza de um país, com o grande desenvolvimento econômico e a explosão de consumo, bem como as angústias derivadas da tensão da Guerra Fria, as incertezas provocadas pelos direitos civis e o iminente conflito com o Vietnã.

Sua imagem significa a esperança de resolução destes problemas e a manutenção do desenvolvimento, do poderio bélico, da riqueza. Na sua imagem está os sonhos de prosperidade e segurança, é a personificação dos desejos de uma coletividade.

E ao mostrar não só JFK, mas os membros da família Kennedy como pessoas de grande ideais, preocupadas com as questões nacionais, associadas a símbolos históricos e ao mesmo tempo mostrando fatos da vida particular, como o acompanhamento da gravidez de Jacqueline, o nascimento de seu filho, as crianças brincando na sala oval da Casa Branca, a mídia cria um amálgama entre a esfera pública e a privada.

Por isso a tragédia que é privada, com sua dor sendo compartilhada entre familiares e amigos, ganha necessariamente dimensões públicas. Pois não há exatamente uma distinção entre o que é público e privado, como se todos os americanos conhecessem a família. E a tragédia torna se mais pública, pois não é só a morte de uma pessoa, de um ente querido, mas a morte de alguém que representa os anseios e desejos de uma coletividade.

A tragédia passa a transcender o privado pelo caráter público ao qual a imagem dos Kennedys está associada, simbolizando elementos e valores típicos do processo histórico americano. A morte de um Kennedy representa, de algum modo, a morte da materialização de alguns elementos e valores incorporados no processo de identidade

dos cidadãos, aquilo que faz com que eles se sintam nação. É preciso então buscar outros homens e mulheres, talvez da própria família Kennedy, talvez entre as personalidades da tv, do cinema, do meio esportivo, político ou empresarial, ressaltar suas qualidades, omitir seus defeitos demasiadamente humanos, colar nestes homens e mulheres os valores éticos, morais, sociais e históricos considerados ideais, transformando-os em ícones, em modelos ideais de vida, de conduta, projetando-os como heróis, como ídolos, envolvendo-os com a dimensão do mito.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A desproporção entre a curta biografia de John Jr. e o modo com que a mídia retratou o fato e a reação do povo americano, demonstra não só a importância da família Kennedy, mas como esta ainda está presente no imaginário do cidadão norte americano. Em um artigo de 19 de julho de 1999, no jornal *O Estado de São Paulo*, lemos:

*Um comentarista de tv assinalou que a vigília dos americanos pelo desaparecimento do avião pilotado por John Kennedy Jr. só podia ser comparada à catarse coletiva verificada justamente após o assassinato do pai dele, John F. Kennedy. Milhões de americanos passaram a noite de Sábado com os olhos grudados ao televisor. E, diferentemente, do que ocorrera em 1963, americanos sedentos por notícia podiam acompanhar tudo o que ocorria em relação ao caso por boletins on-line na Internet.*⁷¹

O acidente com John Jr. nos mostrou o quanto a imagem de JFK e sua família está presente no imaginário coletivo americano. O fato dos americanos viverem um estado de catarse com a morte de J.J. revela-nos como o cidadão americano identifica a morte de um Kennedy como uma tragédia que assume dimensões quase familiares.

Neste contexto, a mídia acaba por não só reforçar, mas fazer com que o mito da família Kennedy não seja esquecido. Ao dar-se uma grande importância à morte de um jovem que na prática não desempenhava um cargo público, atesta-se que o mito JFK não repousa apenas no fato de ter sido morto enquanto era presidente, mas que ele e sua família simbolizavam um conjunto de valores, um modo de viver com os quais o norte-americano se identificou, projetando nos membros desta família os seus desejos, os seus sonhos, as suas expectativas, as suas necessidades.

Qualquer que seja o Kennedy que morra, independentemente da sua ocupação, a mídia, com maior ou menor intensidade, acaba reforçando a permanência do mito da

⁷¹ SHOW de mídia é comparado ao do assassinato de JFK. *O Estado de São Paulo*, São Paulo, Internacional, 19 de Jul., 1999. 19 de julho de 1999

família e sua íntima ligação com a tragédia. A tragédia é utilizada pela mídia como um elemento de permanência e reafirmação do mito da família Kennedy.

Neste trabalho procurei apontar a íntima relação existente entre o mito JFK e dos Kennedys e sua identificação com o imaginário coletivo americano. Esta mitificação é ancorada em elementos utilizados pela mídia para identificação e projeção de valores intrínsecos ao processo histórico americano.

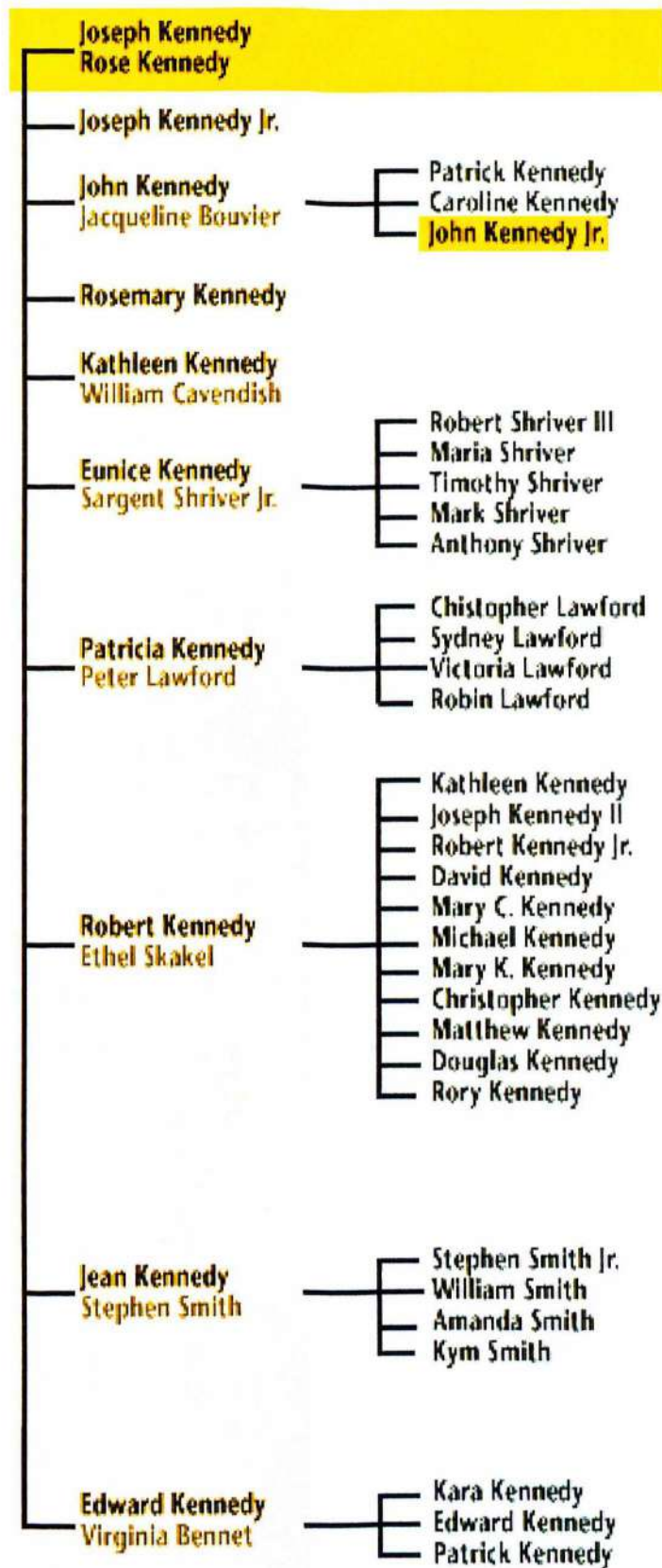
Contudo, não podemos atribuir exclusivamente à mídia a responsabilidade pela construção do mito Kennedy, os próprios Kennedys também são responsáveis por este processo. São sujeitos históricos que atuam ativamente na construção deste processo, utilizando-se também dos meios de comunicação para conquistar seus interesses. É um processo de mão-dupla.

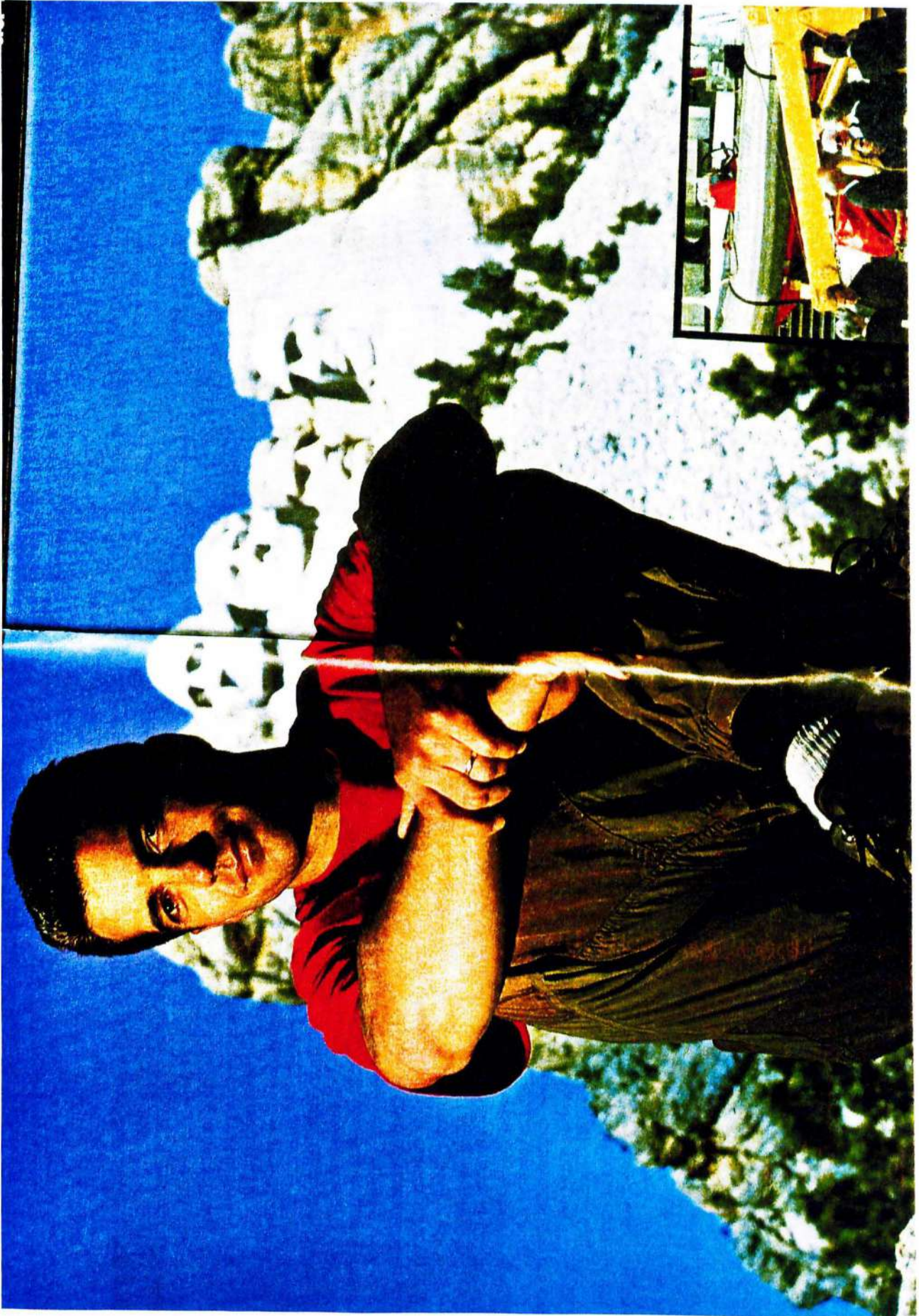
Nesta monografia, abordei mais o papel da mídia na construção do mito Kennedy, não desprezando porém o papel do Estado que é com certeza um viés a ser estudado. Como o Estado norte-americano constrói o mito do homem público, através de propagandas institucionais, documentários e como utiliza a imagem deste homem público para reforçar seu papel na sociedade norte-americana.

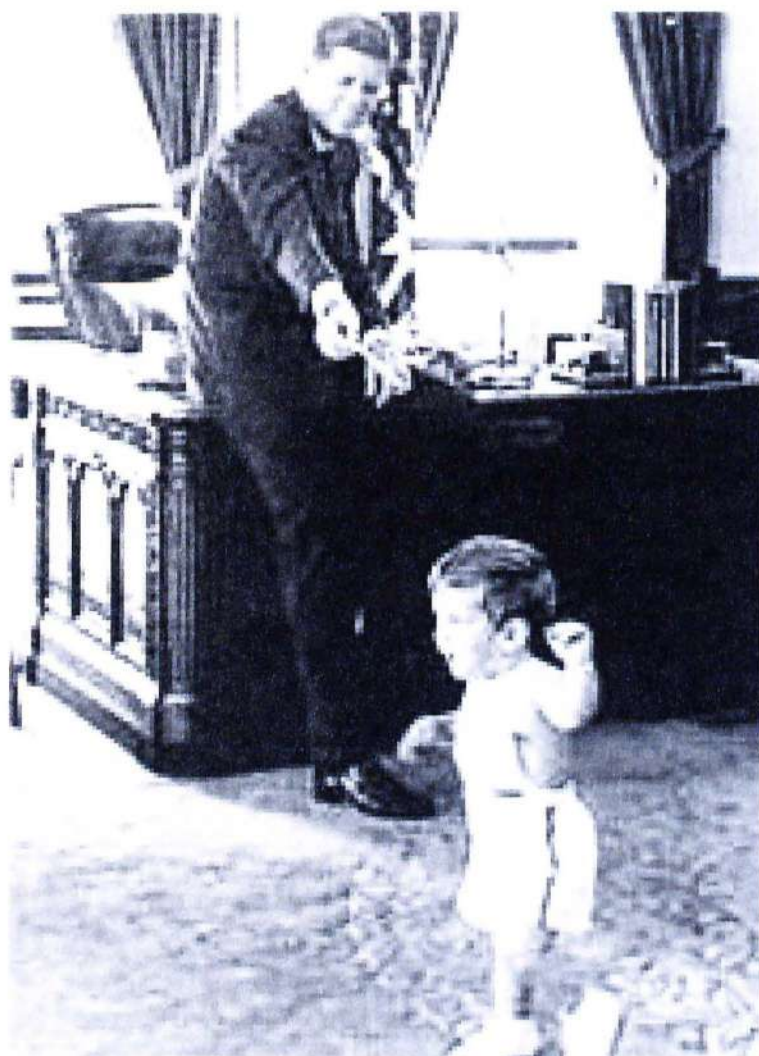
Outro aspecto importante e que não foi abordado neste trabalho é a concepção que temos hoje de que JFK era um símbolo liberal progressista. Filmes como *“JFK - A pergunta não quer calar”*, do diretor norte-americano Oliver Stone, tentam transmitir a idéia de que quando JFK foi assassinado, um grande símbolo progressista foi extinto, e com sua morte, as esperanças de uma reforma progressista, que para a sociedade americana seria revolucionária, era extinta também. Para Stone, o assassinato de Kennedy representou uma conspiração das forças reacionárias que queriam parar a implantação das idéias progressistas que objetivavam desenvolver uma ação mais abrangente por justiça social e pelo fim da Guerra Fria e da guerra do Vietnã.

Seria interessante um estudo nesta ótica para delimitar em que condições surge esta imagem de progressista, analisando aspectos do governo Kennedy em busca de traços que caracterizassem ou não um governo com de cunho progressista nos Estados Unidos entre 1961 e 1963. E como se construiu esta imagem a partir de um político rico e comprometido com interesses burgueses.

ANEXOS







FONTES

Revistas

Isto É, São Paulo: Ed. Três, n. 1556, 28 de julho de 1999.

Veja, São Paulo: Ed. Abril, n. 1608, 28 de julho de 1999.

Época, Rio de Janeiro, Ed. Globo, n. 62, ano II, 26 de julho de 1999.

Reader's Digest – Seleções: abril de 1961, maio de 1961, maio de 1962, junho de 1962, setembro de 1962, outubro de 1962, novembro de 1962, abril de 1963, janeiro de 1964.

Discursos

Discurso de posse, 20 de janeiro de 1961 e Discurso perante a Sociedade Interamericana de Imprensa. In: WERNECK, Maria Lúcia Teixeira *Kennedy: Grandes personagens de todos os tempos*, Rio de Janeiro: Ed. Três, 1973.

Os documentos a seguir podem ser acessados no site
<http://www.umb.edu/~rwhealan/jfk/jfkmisc.htm>:

Relatório em rádio e televisão para o povo americano sobre os direitos civis, 11 de junho de 1963.

Pronunciamento em rádio e televisão dirigida ao povo americano sobre o tratado de banimento dos testes nucleares, 26 de junho de 1963.

Para a Universidade Americana, 10 de junho de 1963.

Discurso em Berlim, 25 de junho de 1963.

Mensagem especial ao Congresso sobre as necessidades urgentes nacionais, 26 de maio de 1961.

Pronunciamento perante a 18ª Assembléia Geral das Nações Unidas, 20 de setembro de 1963.

Declaração do senador JFK anunciando sua candidatura para a presidência dos Estados Unidos, 02 de janeiro de 1960.

Menções na Faculdade Amherst, Massachussets, 26 de outubro de 1963.

Jornais

O Estado de São Paulo: 19 de julho de 1999, 21 de julho de 1999 e 23 de julho de 1999.

O Clárin: 18 de julho de 1999.

O Globo: 16 de julho de 1999 e 19 de julho de 1999.

Folha de São Paulo: 17 de julho de 1999, 19 de julho de 1999 e 21 de julho de 1999.

Filmes

JFK – A pergunta que não quer calar. Diretor: Oliver Stone, 1992.

Quiz Show – A verdade nos bastidores. Diretor: Robert Redford, 1994.

Documentário

Anos de relâmpago, dias de tambores.

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

- BARTHES, Roland. "O mito hoje" In: *O poder do mito*. São Paulo: Martin Claret.
- CHOMSKY, Noam. *Camelot: Os anos Kennedy*. São Paulo: Ed. Scritta, 1993.
- COELHO, Teixeira. *O que é indústria cultural?* 2º ed. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1986.
- DA COSTA, Lígia Militz e REMÉDIOS, Maria Luiza Ritzel. *A tragédia: Estrutura e história*. São Paulo: Ed. Ática, 1988.
- HOBBSBAWM, Eric J. *Era dos Extremos: O breve século XX 1914-1991*. 2º ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- KENNEDY, J. Fitzgerald. *A estratégia da paz*. Belo Horizonte: Ed. Difusora Pan Americana, 1961.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. 2º ed. Rio de Janeiro: Forense, 1969.
- NEHEMKIS, Peter. *América Latina: Mito e Realidade*. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 1966.
- NEVINS, Allan e COMMAGER, H. Steele. *Breve História dos Estados Unidos*. 2º ed. São Paulo: Ed. Alfa-Omega, 1986.
- SCHILLER, Friedrich. *Teoria da tragédia: introdução e notas de Anatol Rosenfeld*. São Paulo: E.P.U., 1991.
- SELLERS, Charles et. al. *Uma reavaliação da História dos Estados Unidos*. Rio de Janeiro. Ed. Jorge Zahar, 1990.
- WERNECK, Maria Lúcia Teixeira. *Kennedy: Grandes personagens de todos os tempos*. Rio de Janeiro: Ed. Três, 1973.