

Sophia O. Costa e Silva

FOGOS DE ARTIFÍCIO:
IMAGENS, MITOS E SÍMBOLOS

Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Departamento de Ciências Sociais
Programa de Pós-graduação em Antropologia

Sophia de Oliveira Costa e Silva

Fogos de artifício:
imagens, mitos e símbolos

Blucher

Fogos de artifício: imagens, mitos e símbolos

© 2018 Sophia de Oliveira Costa e Silva

Editora Edgard Blücher Ltda.

Blucher

Rua Pedroso Alvarenga, 1245, 4º andar

04531-934 – São Paulo – SP – Brasil

Tel.: 55 11 3078-5366

contato@blucher.com.br

www.blucher.com.br

Segundo o Novo Acordo Ortográfico, conforme
5. ed. do *Vocabulário Ortográfico da Língua Portuguesa*,
Academia Brasileira de Letras, março de 2009.

É proibida a reprodução total ou parcial por quaisquer
meios sem autorização escrita da editora.

Todos os direitos reservados pela editora
Edgard Blücher Ltda.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Angélica Ilacqua CRB-8/7057

Costa e Silva, Sophia de Oliveira

Fogos de artifício : imagens, mitos e símbolos / Sophia
de Oliveira Costa e Silva. – 2. ed. – São Paulo : Blucher,
2018.

98 p.

Bibliografia

ISBN 978-85-8039-345-3 (e-book)

ISBN 978-85-8039-344-6 (impresso)

1. Antropologia 2. Fogos de artifício 3. Semiótica
4. Embalagens 5. Comunicação visual 6. Iconografia
7. Simbolismo I. Título

18-1548

CDD 306

Índice para catálogo sistemático:

1. Antropologia

Universidade Federal de Pernambuco
Centro de Filosofia e Ciências Humanas
Departamento de Ciências Sociais
Programa de Pós-graduação em Antropologia

Sophia de Oliveira Costa e Silva

Fogos de artifício: imagens, mitos e símbolos

2ª edição

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Pernambuco como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Antropologia.

Orientadora: Profa. Dra. Danielle Perin Rocha Pitta

Dedicatória

*“Um pai, ainda o mais pobre, tem sempre
uma riqueza para deixar ao filho: o exemplo”.*

Coelho Neto

*Dedico esta Dissertação aos meus pais:
Irineu da Silva Neto e Iraneide de Oliveira Costa e Silva*

Agradecimentos

Agradeço a Profa. Dra Danielle Perin Rocha Pitta pelos conhecimentos que me foram transmitidos em suas aulas, demonstrando amor e dedicação ao Imaginário, e pela gentileza de ser minha orientadora neste trabalho.

À Profa. Dra. Maria Aparecida Lopes Nogueira, pelo apoio e incentivo, por me transmitir a determinação em defender minhas idéias. Por me demonstrar com sensibilidade os primeiros conhecimentos em Antropologia.

Às amigas Dione Barreto e Daniele Sátiro, que abriram as portas de suas casas para nosso grupo de estudo, me incentivando e ajudando durante o processo de seleção.

À minha irmã do peito, Elisabete Menezes, por saber “puxar minhas orelhas” na hora certa!

A Socorro Figueiredo e sua família, pelos livros emprestados, pelas orientações, pela acolhida em sua casa.

Ao Sr. Paulo Cascão e filho, proprietários do Bazar Guarany, pela gentileza de sua entrevista e por me deixarem usar seu estabelecimento para fotografar as embalagens.

A Helio e Beatriz Coutinho e Marcelo Cartaxo, da Mentor, pelo apoio.

À Fundação Joaquim Nabuco, por me disponibilizar seu acervo de embalagens, em especial às suas funcionárias Marja e Albertina pela atenção dispensada.

Aos meus pais, pelo apoio e financiamento deste mestrado; ao meu irmão Heber, pelas traduções de inglês e francês; e ao meu irmão Abner.

A Deus, pela força e esperança.

Resumo

Que imagens nos transmitem tantas lembranças quanto às celebrações junto aos nossos entes e amigos queridos? Dentre as lembranças, certamente estão as das festas juninas. A reunião em família, as comidas típicas, a fogueira acesa e as crianças encantadas com pequenas estrelas derramadas de suas mãos. Partindo dessas imagens, decidimos ingressar em um mundo nostálgico, pois, segundo Gaston Bachelard (1999:11), “*o fogo e o calor nos fornecem meios de explicação nos domínios mais diversos, porque é, para nós, a ocasião de lembranças imperecíveis, de experiências pessoais simples e decisivas*”.

A partir do trabalho de graduação realizado no curso de Design Gráfico (UFPE, 1998) sobre a iconografia das embalagens de fogos, encontramos resultados que estimularam nossa curiosidade e nos instigaram a continuar o estudo sobre as imagens dos fogos de artifício no campo do simbólico, do Imaginário.

Para este estudo, escolhemos as festas juninas como campo de observação. No primeiro capítulo, observamos que o fogo, enquanto símbolo, é polivalente. Atentamos, então, aos seus vários aspectos trilhando o caminho dos mitos e sua relação com as festas de junho. No capítulo segundo, contextualizamos as embalagens de fogos de artifício, esclarecendo o que é a embalagem e qual a importância da sua linguagem visual. Ainda desvelamos os fatos significantes das décadas de 1950 e 2000, períodos escolhidos para análise das imagens das embalagens. No terceiro e último capítulo realizamos a análise das imagens, relatamos os resultados encontrados e sua importância.

Escolhemos como método de análise a mitocrítica elaborada por Gilbert Durand (1983). A mitocrítica é um método de crítica de texto literário, de estilo de um conjunto textual de uma época ou de um determinado autor que põe a descoberto um núcleo mítico, uma narrativa fundamentadora e o(s) mito(s) que atua(m) por trás dela.

Acreditamos que, através do estudo que apresentamos, tenhamos revelado não só o universo simbólico das embalagens de fogos de artifício, como também a importante relação interdisciplinar entre a Antropologia do Imaginário e o Design Gráfico.

Palavras-chaves: Fogos de Artifício, Fogo, Imaginário, Embalagens.

Abstract

Which images are more appealing to us than those of the celebrations that we hold together with our relatives? Among these memories, certainly are those of the feast of Saint John. The family meetings, the typical dishes, the crackling bonfire and children enchanted with the little stars that flow out of their hands. From these images, we have decided to enter a nostalgic world, because fire and heat provide us with means of explanation in the most diversified areas, because it is, to us, the occasion of enduring memories, simple and decisive personal experiences (BACHELARD 1991:11).

In the work done in the graduation monograph (that resulted from the Graphic Design majoring at UFPE in 1998) about the iconography of fireworks packaging, we have found results that were interesting enough to stimulate our present study about fireworks packages within the symbology field, the Imaginary.

We have chosen Saint John's feast as our field of observation. In the first chapter, we show that fire, as a symbol, serves to multiple purposes. We have focused our attention on its various forms following the path of the myths and their relationship with the feasts held in the month of June. In the second chapter, we study the context of fireworks packaging, clarifying the concept of packaging and the importance of its visual language. Then we go through significant facts in the 1950's and 2000's, decades from which we have chosen the packages for analysis. In the third and last chapter, we analyze the images of the packages and we tell which results were found and their importance.

We have decided to use as a method of analysis the mythcriticism elaborated by Gilbert Durand (1983). Mythcriticism is a method of criticizing literary texts, the style of a collection of texts of a certain period or a given author that uncovers a mythical nucleus or a founding narrative and the myths that works underneath it.

We believe that through the study here presented we have revealed not only the symbolic universe of the fireworks packaging, but also, the important interdisciplinary relation between Anthropology of Imaginary and Graphic Design.

Keywords: Fireworks, Fire, Imaginary, Packaging.

Lista de ilustrações

Figura 1 – Este rótulo de uma caixa de sabonetes franceses (entre 1900-1909) se inspira fortemente no estilo Art Nouveau	42
Figura 2 – Destinadas às mulheres fumantes, estas caixas de cigarros são elegantes ou exóticas e exibem, no caso da caixa de <i>Du Maurier</i> , um magnífico <i>design art decó</i>	43
Figura 3 – A famosa lata de sopa <i>Campbell's</i> transformada por Andy Warhol em ícone da Art Pop	44
Figura 4 – Esta lata <i>Toffees Sharpe</i> da era espacial evoca a fascinação dos anos 1950 pela ficção científica e pelas histórias em quadrinhos infantis	51
Figura 5 – Azulejos Holandeses no Convento de Santo Antonio do Recife – 1959. Design: Gastão de Holanda. Ilustração: Adão Pinheiro.....	52
Figura 6 – Exemplo de rótulo impresso em litografia. Oficina Guaianases de Gravura – Olinda – 1984.....	55
Figura 7 – Embalagens em forma de cabaça e pedra de rio, perfumes elaborados com matérias-primas da flora brasileira – Natura Cosméticos	62
Figura 8 – Marcianito – Fábrica Júpiter – Febre entre as crianças durante o São João	68
Figura 9 – São João do Cordeirinho – Traques Confiança	70

Figura 10 – O degradê é um recurso gráfico muito utilizado nas embalagens de fogos, representação simbólica do arco-íris	71
Figura 11 – Vesúvio Brilhante – Fogos Adrianino, déc. 1950 – Acervo da Fundação Joaquim Nabuco	74
Figura 12 – O escoteiro – Fogos Adrianino, dec. 1950. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco	77
Figura 13 – Muitas das embalagens atuais são inspiradas, entre outras coisas, nos desenhos japoneses. Abaixo, personagem de (quadrinho japonês) e embalagem Baby Flash – Fogos Júpiter	81

Conteúdo

Introdução	17
O fogo e seus aspectos	21
Fogo: natural e simbólico	21
Fogo: presente dos deuses.....	22
Fogo divino.....	24
Fogo e luz	27
Fogos de artifício	28
A festa do sol	32
A festa do fogo.....	35
A embalagem	39
O que é embalagem?.....	39
A linguagem visual da embalagem e sua construção	40
Contextualizando	46
Anos 1950.....	47
Anos 2000.....	56
Análise e reflexão	65
Mitema	65
Análise.....	66
Imagens – década 2000	66
Imagens – década 1950	72

Primeira avaliação	79
Algo mais.....	79
Bibliografia.....	83
Referências de internet.....	89
Anexos.....	91

Introdução

Que imagens nos transmitem tantas lembranças quanto as celebrações junto aos nossos entes e amigos queridos? Dentre as lembranças, certamente estão as das festas juninas. A reunião em família, as comidas típicas, a fogueira acesa e as crianças – que um dia também fomos – encantadas com pequenas estrelas derramadas de suas mãos. As festas de junho no nordeste brasileiro deixam no ar um sentimento dos velhos tempos, e mesmo quem não esteve lá pode sentir.

Partindo dessas imagens, decidimos ingressar em um mundo nostálgico. Uma simples imagem de uma noite junina, quando estrelinhas brilhavam no escuro sob a lua cheia, nos traz de volta à memória uma lembrança carinhosa da infância. Gaston Bachelard (1999:11) diz que “*o fogo e o calor nos fornecem meios de explicação nos domínios mais diversos, porque é, para nós, a ocasião de lembranças imperecíveis, de experiências pessoais simples e decisivas*”. Mas as lembranças precisam de conexões e impulsos que as tragam à mente e, em nosso caso, surgiram a partir do contato com as imagens das embalagens dos fogos de artifício do acervo da Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), as quais nos serviram de objeto de estudo para o projeto de graduação no curso de Bacharelado em Design Gráfico¹. A partir de uma análise gráfica das embalagens, encontramos resultados interessantes, dentre esses podemos exemplificar o uso da cor: quase 100% da amostra colhida continha um fundo negro ou similar, como o azul-marinho. Pela composição gráfica das imagens, não foi difícil associar a cor escura à noite e concluímos que esta perdia sua característica obscura e medonha. Isto é, para se soltar fogos, a noite é uma aliada, o escuro enfatiza a luz (COSTA E SILVA, 1999). Outros resultados foram encontrados estimulando a curiosidade e nos instigando

1 COSTA E SILVA, Sophia de O. *Embalagens de Fogos de Artifício*. Projeto de Graduação, UFPE. Recife, 1999.

a continuar nossos estudos sobre as imagens dos fogos no campo do simbólico, do Imaginário.

Entendemos que, além de sua função comercial, as embalagens reproduzem uma parte da cultura através da iconografia, mesmo que involuntariamente. Roland Barthes (1957), num artigo consagrado à importância da publicidade mitológica dos saponáceos e detergentes na vida moderna, evidenciou as qualidades do líquido purificador como representantes publicitários do arquétipo policial e justiceiro do arcanjo puro e vitorioso sobre negros demônios. Apesar de não ser um exemplo relacionado especificamente ao fogo, trata-se em essência do mesmo objetivo de nosso trabalho, ou seja, demonstrar que as embalagens não são simples objetos descartáveis de consumo desprovidos de significados. Cremos que sua iconografia transita nos itinerários mítico-mágico-simbólico e empírico-lógico-racional (MORIN, 1998), guardando em si os aspectos da nossa cultura, tornando-se representação gráfica de nossas visões de mundo, nossos gostos, nossos desejos. Sem dúvida não podemos analisar a iconografia das embalagens de fogos de artifício sem estudar a importância e significado em nossa cultura desse *fogo que materializa a festa dos homens* (BACHELARD, 1999:24).

No primeiro capítulo observamos que o fogo, enquanto símbolo, é polivalente. Atentaremos, então, aos seus vários aspectos trilhando o caminho dos mitos.

Escolhemos as festas juninas como campo para nossas observações. Esta escolha partiu da relação intrínseca entre os fogos de artifício e as festas do mês de junho, período em que se utiliza mais intensamente este produto.

Examinando alguns aspectos dos rituais juninos, encontramos a ligação do fogo com o sentido de purificação e, por conseqüência, com o divino. Soltar fogos não seria apenas uma diversão: dentro da alma humana, seria também um anseio de dominar o céu, de criar estrelas e se igualar aos deuses em poder e imortalidade. Segundo Gilbert Durand, esse é um dos principais esforços do homem: superar a morte.

O fogo-luz não está dissociado do incinerador, representado nas festas juninas principalmente pela fogueira. Ambos fazem parte dos ritos de purificação, característicos das culturas agrárias.

As festividades juninas estão impregnadas de símbolos e ritos que foram assimilados e ressignificados pela Igreja Católica para lhes retirar o sentido pagão e que se transformaram em tradição. Como em outras festividades brasileiras, o sagrado e o profano estão imbricados e são inseparáveis.

Assim, podemos observar que o fogo, em suas diversas manifestações físicas, está muito presente em nossas festas juninas: é o que incinera a madeira nas fogueiras, o calor que cozinha os alimentos tradicionais dessa época, as luzes que nos encantam num espetáculo pirotécnico. Diz Bachelard (2002:09) que “*a chama, dentre os objetos do mundo que nos fazem sonhar, é um dos maiores operadores de imagens. Ela nos força a imaginar*”.

No capítulo segundo, contextualizaremos as embalagens de fogos de artifício, esclarecendo o que é a embalagem e qual a importância da sua linguagem visual. Ainda desvelaremos fatos significantes das décadas de 1950 e 2000, períodos escolhidos para análise, conforme expomos a seguir.

Iniciamos selecionando dois grupos de imagens que tivessem uma representação gráfica do universo simbólico ao qual os fogos de artifício estão vinculados. Escolhemos embalagens de décadas distintas para uma possível comparação dos símbolos existentes nos dois períodos.

O primeiro grupo é composto por 29 embalagens da década de 1950, encontradas no acervo da Fundação Joaquim Nabuco. Esta década foi escolhida por ser o período mais antigo registrado no acervo, não constando embalagens de datas anteriores em quantidade suficiente para análise. O segundo grupo é composto por 30 embalagens da década de 2000. Escolhemos esta década pelo acesso às embalagens que estão atualmente no mercado.

Escolhidos os períodos, partimos ao campo para colher informações com barraqueiros e comerciantes do ramo pirotécnico durante as festas juninas de 2004. O objetivo desse contato era captar as mudanças observadas por eles nas imagens das embalagens. Outras visitas ao campo se realizaram por mais três meses, no período de julho a setembro do mesmo ano, para captação de informações e imagens. Carregados dessa “bagagem”, passamos ao estudo do objeto em si.

No terceiro e último capítulo, realizamos a análise das imagens e expomos seus resultados. Escolhemos como método de análise a mitocrítica elaborada por Durand (1983). A mitocrítica é um método de crítica de texto literário, de estilo de um conjunto textual de uma época ou de um determinado autor que põe a descoberto um núcleo mítico, uma narrativa fundamentadora e o(s) mito(s) que atua(m) por trás dela. Ela desvela um nível de compreensão maior que se alinha com os grandes mitos clássicos.

Durand estabelece três momentos para a identificação dos mitemas e do mito diretivo do “texto cultural”:

- 1) Um levantamento dos elementos que se repetem de forma obsessiva e significativa na narrativa e que são as sincronias míticas da obra.
- 2) Um exame do contexto em que aparecem, das situações e da combinatória das situações, personagens e cenários, etc.
- 3) A apreensão das diferentes lições do mito (diacronia) e das correlações de uma lição de um mito com as de outros de uma época ou espaço cultural determinados.

Apesar do método, a princípio, ter sido elaborado para textos literários, Durand o adequou perfeitamente à análise de obras de artes e imagens, como podemos ver em seu livro sobre o pintor português Lima de Freitas (DURAND, 1987).

Seguimos, então, para a observação e análise da cada embalagem, onde analisamos as imagens de cada década separadamente, para comparação das descobertas. Elaboramos uma ficha onde foram inseridas a descrição e observação dos elementos gráficos mais importantes. A partir dos textos das fichas de análise, observamos os elementos redundantes nas imagens, que foram separados em mitemas².

Encontrados os mitemas, selecionamos os quatro mais significativos e representativos de cada década. A partir daí analisamos os símbolos que constelam cada mitema, pondo a descoberto seus significados e suas relações com a cultura brasileira, especialmente as festas juninas. A ordem de análise foi inversa ao tempo cronológico. Preferimos iniciar com a década de 2000, pois estabelecendo parâmetros a partir da atualidade identificamos com mais facilidade as diferenças e semelhanças com as imagens da década de 1950.

Para a interpretação dos mitemas, utilizamos principalmente o *Dicionário de Símbolos*, dos autores Jean Chevalier e Alain Gheerbrant; *As Estruturas Antropológicas do Imaginário*, de Gilbert Durand; *Tratado de História das Religiões*, de Mircea Eliade; e obras de Gaston Bachelard referentes ao fogo. Havendo também consultas específicas a outras bibliografias e pesquisas na Internet.

Alguns autores tiveram significativa importância para nosso estudo: buscamos em Bachelard a sua poética do fogo e a inspiração para escrever um texto com palavras ao mesmo tempo repletas de sentimento e da objetividade acadêmica necessária; em Durand, encontramos a teoria das estruturas do imaginário, coluna fundamentadora de nosso trabalho. Utilizamos, como citado acima, sua *mitocrítica* como metodologia de análise das embalagens de fogos; Mircea Eliade, com sua dedicação aos detalhes, nos levou ao universo do simbolismo religioso; Georges Balandier e Edgard Morin nos fizeram conhecer o imaginário da modernidade e suas implicações; em Fabio Mestriner, encontramos o universo das embalagens e da construção de sua linguagem visual. Esses, entre outros autores e fontes, deram-nos as informações necessárias para levar ao leitor os simbolismos do fogo e sua relação com nossa cultura, mais especificamente as festas juninas.

Acreditamos que, através desse estudo, tenhamos revelado não só o universo simbólico das embalagens de fogos de artifício, mas também, a importante relação interdisciplinar entre a Antropologia do Imaginário e o Design Gráfico.

2 As noções sobre *mitema* constam na introdução do terceiro capítulo.

O fogo e seus aspectos

Fogo: natural e simbólico

Quando nos perguntam quais os quatro elementos naturais, é fácil responder: água, ar, terra e fogo. Todos estão presentes na natureza em abundância, e por isso passam por vezes despercebidos (com exceção de onde são escassos). Normalmente, quando a natureza se manifesta raivosamente em furacões, maremotos, terremotos e queimadas é que voltamos nossa atenção para eles – e mesmo assim dura, às vezes, o tempo de um noticiário de TV. Desde o princípio da história da humanidade, porém, os homens têm dispensado um tratamento diferenciado a um desses elementos, que vai além de sua função natural: o fogo.

O fogo ganhou uma aura simbólica muito forte no imaginário humano. Não estamos afirmando que outros elementos da natureza também não tenham seu valor simbólico, mas talvez este em especial esteja presente de forma mais intensa nas mais diversas mitologias e manifestações culturais do nosso planeta e nos mais variados períodos da nossa história.

Quando olhamos para o fogo, por mais que conheçamos sua naturalidade, não costumamos primeiramente pensar: “Oh! Que linda combustão de elementos químicos!”. Na presença de uma chama, da sua luz, das suas cores, nossa visão do fogo é outra. Através do fogo, nos enredamos nas memórias, desejos, tradições... Ele nos força a imaginar. A chama, dentre os objetos do mundo que nos fazem sonhar, é um dos maiores operadores de imagens (BACHELARD, 2002:9).

A presença do fogo pode estimular a união e conseqüentemente a formação e fortificação de laços sociais e familiares. Neste caso, ao redor de uma fogueira ou lareira, ou até sob a tênue luz de um lampião, as conversas são encaminhadas ao passado, às boas recordações, ao riso e ao deleite da boa companhia.

Quando estamos sozinhos, o fogo nos leva ao pensamento e à reflexão. Ele fornece meios de explicação nos domínios mais variados porque é, para nós, a

ocasião de lembranças imperecíveis, de experiências pessoais simples e decisivas (BACHELARD, 1999:11).

Bachelard (1999:11) formula uma questão a este respeito: “*Como provar melhor que a contemplação do fogo nos conduz às próprias origens do pensamento filosófico?*”. A presença do fogo em nosso meio não é banal. Ele sugere o desejo de mudar, de apressar o tempo, de levar a vida a seu termo, a seu além (BACHELARD, 1999:28). Metaforicamente, pode descrever as experiências humanas mais diversas, tais como a intensidade de uma paixão, da maldade, ou do calor de uma batalha (DICIONÁRIO..., 1982:251). Ele sugere também poder e domínio sobre a natureza, algo divino, algo sobrenatural.

Fogo: presente dos deuses

O fogo está particularmente ligado às cosmogonias, isto é, aos mitos da criação do mundo e do próprio homem. É constantemente citado como elemento dos deuses, ferramenta usada por eles na criação do mundo. Os mitos e suas explicações também dizem respeito ao surgimento do fogo em nosso meio.

Os índios Chorotes, do Gran Chaco, por exemplo, contam:

Há muito tempo todo o mundo conhecido por eles [os Chorotes] foi devastado por um incêndio, que destruiu a todos os Chorotes, exceto um homem e uma mulher, que se salvaram em um buraco na terra. Quando tudo havia terminado e o fogo se apagou, o homem e a mulher escavaram seu caminho de saída, mas não tinham fogo. No entanto, o abutre negro havia levado um pau meio queimado para seu ninho. Esse tição havia incendiado o ninho e o ninho incendiou a árvore, de modo que o fogo transformou o tronco em brasas. O abutre negro presenteou um pouco de fogo ao homem Chorote e desde então os Chorotes possuem o fogo. Todos os Chorotes descendem daquele homem e daquela mulher (FRAZER, 1942:20).

É comum encontrar em alguns mitos indígenas o relato de animais-divindades, isto é, animais que falam, agem como humanos e têm poderes sobrenaturais, que fornecem o fogo ao homem ou que o ensinam a fazer. Outros contam que nasceram de um grande incêndio e se consideram filhos do próprio fogo.

O fogo não está constantemente disponível na natureza como a água ou o ar. Ele precisa ser fabricado ou conseguido através de alguma manifestação da natureza, como o raio. Precisa ser manipulado para ganhar vida, por esse motivo o fogo tem uma aura de tesouro, de preciosidade que precisa ser mantida para a própria sobrevivência do homem. Na mitologia romana, a deusa Vesta (Héstia, para os gregos), por exemplo, velava pelaslareiras. Em seu templo, ardia

constantemente um fogo sagrado sob a guarda de seis sacerdotisas virgens, as Vestais. Como se acreditava que a salvação da cidade dependia da conservação desse fogo, a negligência das Vestais, caso o fogo se extinguísse, era punida com extrema severidade, e o fogo era aceso de novo, por meio dos raios do sol (BULFINCH, 2000:17).

Muitos relatos indígenas relacionam a “origem” ao “roubo” do fogo. Quem detém o fogo detém o poder sobre os outros e sobre a natureza. James George Frazer (1942:98), em seu livro dedicado às mitologias indígenas da América, diz que os relatos indígenas bastam para provar que a questão do descobrimento do fogo e dos modos de acendê-lo têm instigado a curiosidade e exercitado a habilidade dos homens de distintas épocas e de muitas partes do mundo.

Um desses relatos citados por Frazer é o dos índios Chippewa ou Ajbivay, um importante grupo de tribos pertencentes à estirpe dos Algonquinos Centrais, da América do Norte, eles dizem que:

No princípio os homens careciam de sabedoria; não tinham roupas e ficavam sentados sem fazer nada. O Espírito do Criador enviou um homem para lhes ensinar. Este homem era chamado “ocabewis”, isto é, “mensageiro”. Alguns desses antigos povos viviam ao sul, onde não necessitavam de roupa alguma. Mas os povos mais ao norte tinham frio e começaram a inquietar-se sobre o que poderiam fazer. O Mensageiro viu os povos do sul desnudos e sem moradias e os deixou livres a si mesmos. Foi até o norte, onde as pessoas sofriam e necessitavam de ajuda. Disse: “Por que estais sentados aqui sem roupa?”. Eles responderam: “Porque não sabemos o que fazer”. A primeira coisa que ele lhes ensinou foi acender fogo com um arco, um pau e um pedaço de madeira seca. E esse método de fazer fogo está, todavia, em uso entre os Chippewas, ou estava até quase pouco. Depois, o Mensageiro ensinou aos Chippewas como cozinhar a carne no fogo (FRAZER, 1942:53-54).

Se atentarmos para o início deste mito, observamos a seguinte frase: “*No princípio os homens careciam de sabedoria...*”. E como o homem adquiriu sabedoria?

Uma resposta talvez esteja no mito de Prometeu, bem conhecido do mundo ocidental, que relata explicitamente como o poder e a sabedoria foram concedidos aos homens através do fogo. Segundo a mitologia grega, Prometeu e seu irmão, Epimeteu, primos do todo-poderoso Zeus, foram incumbidos de distribuir aos seres da terra as qualidades necessárias para a sobrevivência. Epimeteu pediu para fazer o trabalho sozinho e foi distribuindo virtudes compensatórias. Deu asas a alguns, tamanho a outros, agilidade a mais alguns, criando um equilíbrio necessário para que não destruíssem nem fossem destruídos por outras espécies. Ficou para o final do trabalho o homem, a quem Epimeteu deixou nu e indefeso, já que se tinham

acabado as virtudes disponíveis. Para prover o homem do mínimo necessário para sobreviver, Prometeu subiu ao Olimpo, a morada dos deuses, e roubou o fogo das forjas de Hefesto (o filósofo Platão cita um segundo roubo: a sabedoria para utilizar o fogo, retirada da deusa Atenas). Entregou tudo ao homem, que, a partir daí, pôde aquecer, iluminar, forjar, fundir, desenvolver-se enfim (BRUNEL, 1998). O próprio nome Prometeu, segundo a etimologia, teria vindo da conjunção das palavras gregas *pró* (antes) e *manthánein* (saber, ver). Ou seja, Prometeu equivaleria a *prudente* ou *previdente*, análogo à sabedoria, da qual seríamos herdeiros.

Fogo divino

Como vimos anteriormente, o fogo e sua relação com o sagrado está imbricado de tal maneira no imaginário humano que é difícil olharmos para o fogo e vermos uma imagem apenas natural do mesmo.

O fogo é polivalente. Suas formas e seus usos são muitos. O fogo que aquece, o fogo que queima, que cozinha, que ilumina, que purifica... Tantas formas e tantos significados, seu uso principalmente na religião durante a história da humanidade e também nos dias atuais, é amplo e vivo.

É comum encontrar em diversas culturas, tanto orientais como ocidentais, a associação do fogo ao sagrado. O divino está agregado ao alto, ao que está muito acima das nossas cabeças. O simples fato de ser “elevado”, de se encontrar “no alto”, equivale a ser “poderoso” (no sentido religioso da palavra) e de ser, como tal, saturado de sacralidade (ELIADE, 1977:67).

O Céu revela-se infinito e transcendente e o simbolismo dessa transcendência se deduz da simples tomada de consciência da sua altura infinita. Ser “altíssimo” é algo que se torna necessariamente um atributo da divindade. As regiões superiores, inacessíveis ao homem, as zonas siderais, adquirem os prestígios divinos do transcendente, da realidade absoluta, da perenidade. Tais regiões são a morada dos deuses. O “alto” é uma categoria inacessível ao homem, como tal pertence por direito aos seres sobre-humanos (ELIADE, 1977:66).

Os deuses estão no céu, e só o céu é divino. Os grandes deuses da Antiguidade indo-européia, Dyaus, Zeus, Tyr, Júpiter, Varuna, Urano, Ahura-Mazda, são os senhores todo-poderosos do céu luminoso. Também Javé é um deus do céu (DURAND, 2001:136).

Essas religiões agregam símbolos que têm valor de ascensão, que se encontram no Regime Diurno da Imagem (DURAND, 2001). Tudo que está no alto e tudo que vem do alto é divino. Desta maneira o fogo, o ar, a luz, toda coisa que sobe ou que vem do alto, também é divina (BACHELARD, 2002:88). O fogo se torna, então, objeto sagrado, venerado e temido; ferramenta de purificação e ao mesmo tempo de julgamento nas mãos dos deuses.

Na religião persa, o Zoroastrismo, o corpo do deus Ahura-Mazda sempre é representado como uma chama ardente não criada. Sendo assim, o fogo é reverenciado como elemento da pureza. Pelos dogmas dessa religião, no conflito entre os princípios básicos bons e maus, o homem deve se colocar no lado do bem, ao qual pertence o fogo. Os bons e os maus serão testados pelo fogo no Juízo Final, inclusive o próprio inferno será purificado pelo fogo. Assim, segundo o Zoroastrismo, o fogo é protetor da ordem boa e divina da vida (DICIONÁRIO..., 1982:251).

No mundo grego, o fogo se emprega como meio de purificação ritual, após um nascimento ou morte e em várias outras festas rituais, pois os gregos antigos acreditavam que o fogo acompanha o aparecimento de uma divindade. A filosofia grega também buscou no fogo base para teorias. Segundo Heráclito de Éfeso, o fogo é o elemento básico de todas as coisas: o mundo é um movimento do fogo, que é submetido a um processo constante de mudança e é idêntico à divindade (ou *logos*). Assim, Deus, o universo de fogo, o raciocínio universal e o espírito humano são considerados como sendo uma só coisa (DICIONÁRIO..., 1982:252).

Já para os Judeus, no Antigo Testamento, o fogo também serve como purificação:

Então, um dos serafins voou para mim, trazendo na mão uma brasa viva, que tirara do altar com uma tenaz; com a brasa tocou minha boca e disse: Eis que ela tocou os teus lábios; a tua iniquidade foi tirada, e perdoado, o teu pecado. (BÍBLIA, Isaías 6:6-7)

No culto judaico, o fogo sacrificial se emprega para queimar ofertas sobre o altar. Porém Javé está presente entre seu povo como Juiz, que traz libertação, e não somente castigo, o fogo que o acompanha fica sendo a expressão de dois aspectos diferentes da sua atividade. Em primeiro lugar, é a marca do julgamento divino:

Queixou-se o povo de sua sorte aos ouvidos do Senhor; ouvindo-o o Senhor, acendeu-se-lhe a ira, e o fogo do Senhor ardeu entre eles e consumiu extremidades do arraial. (BÍBLIA, Números 11:1)

Em segundo lugar, é sinal da graça de Javé. Ele demonstra mediante o fogo a sua aceitação de um sacrifício:

Edificou ali um altar ao Senhor, ofereceu nele holocaustos e sacrifícios pacíficos e invocou o Senhor, o qual lhe respondeu com fogo do céu sobre o altar do holocausto. (BÍBLIA, I Crônicas 21:26)

Além disso, o fogo no Antigo Testamento é sinal de orientação divina. Javé fala do meio do fogo. Nas religiões judaico-cristãs a aparição do fogo como juiz

divino é bem expressiva. O fogo é um dos “servos” de Deus, um instrumento na sua mão. É um símbolo da santidade de Javé como Juiz do mundo e também do seu poder e glória divinos. Na apocalíptica judaica, o fogo se torna a marca do mundo celestial. A casa na qual Javé habita no céu é feita e cercada pelo fogo. O fogo é o meio de castigo no inferno e o julgamento final é um julgamento através do fogo (DICIONÁRIO..., 1982:253).

No mundo ocidental, essas idéias perduram e é crença geral que o inferno é um lugar de fogo ardente e sofrimento. Tanto que se tornaram comuns em nosso meio, expressões como “vai queimar no fogo do inferno!”. A idéia é mostrar que o fogo, como símbolo das divindades, como tudo que vem dos céus, é reverenciado e temido.

Boa parte dos aspectos do simbolismo do fogo está resumida na doutrina hindu, que lhe confere fundamental importância. Agni, Indra e Surya são os fogos dos mundos terrestre, intermediário e celeste: o fogo comum, o raio e o Sol. Além disso, existem outros dois fogos: o da penetração ou absorção (Vaishvanara) e o da destruição (outro aspecto de Agni) (CHEVALIER, 2003:440).

O Deus Agni escalou os cimos celestiais,
e, ao liberar-se do pecado,
ele nos libertou da maldição.

(ATHARVA VEDA, 12, 2; VEVD, 234)

Mas a purificação não provém apenas do alto. É necessário que o homem se despoje do seu manto de impureza, que faça o sacrifício e que quebre a barreira que separa a humanidade dos deuses e realize a aproximação do homem junto a esses seres imortais e soberanos. São Martinho diz: “*O homem é fogo; sua lei, como a de todos os fogos, é a de dissolver seu invólucro e unir-se ao manancial do qual está separado*” (CHEVALIER, 2003:440).

Assim, muitos são os ritos na busca de purificação e santidade espiritual e aproximação do divino através do fogo; a palavra *puro* significa ela própria fogo em sânscrito (DURAND, 2001:173). Os taoístas, por exemplo, entram no fogo para se liberar do condicionamento humano. Eles entram no fogo *sem se queimar*; e isso, segundo afirmam, permite-lhes chamar a chuva, benção celeste. Também na Índia, *Taijasa*, condição do ser que corresponde ao sonho e ao estado sutil, deriva de *tejas*, o fogo. Abu Ya’qub Sejestani considera o fogo em sua função de *levar as coisas ao estado sutil* pela combustão do invólucro grosseiro (CHEVALIER, 2003:440).

O importante é observarmos que a purificação e aproximação dos deuses é uma das várias facetas simbólicas do fogo, pois como já dissemos, ele é polivalente e polissêmico, e nossa relação com ele é extensa. Interessa-nos aqui mostrar alguns aspectos mais ligados aos Fogos de Artifício, dos quais trataremos adiante.

Fogo e luz

Como vimos acima, o fogo faz parte de uma constelação de símbolos ascensionais, isto é, símbolos ligados ao alto, por consequência, ao divino. Entre os vários símbolos que representam as alturas, estão as asas, o levantar vôo, subir às alturas, o impulso; a flecha, que em seus muitos sentidos corresponde ao raio de luz, ao relâmpago; e os astros celestes em geral estão unidos na mesma constelação simbólica onde convergem o luminoso, o solar, o puro, o branco, o real e o vertical, atributos e qualidades que, no fim de contas, são os de uma divindade uraniana (DURAND, 2001).

O que poucas vezes observamos é que em muitas situações a luz também é fogo. Este aspecto em específico é de relevância para este trabalho, e tentaremos neste tópico “sobrevolar” esta característica especial do fogo.

“A luz é então uma supervalorização do fogo”. Com esta frase singular, Bachelard (2002:12) consegue resumir um sentido do fogo com o qual estamos habituados, mas, ao mesmo tempo, esquecidos. Quem ao olhar para uma lâmpada elétrica vai lembrar ou saber que ali há pequenos filamentos que se aquecem e, como por milagre, nos oferecem a visão das coisas ao redor? Quem lembra que quando ficamos no escuro dizemos “a lâmpada queimou”? É claro que estamos partindo de exemplos simples para viajarmos por lugares mais distantes. Essa “supervalorização” implica em ver na luz uma outra face divina do fogo.

Desde a mais remota Antiguidade, a importância dos astros celestes na vida do homem foi enorme. Alguns povos não possuíam um calendário preciso que lhes permitisse prever com segurança a ocorrência do início das estações, assim eram obrigados a observar o céu. Em função de determinadas estrelas apresentarem brilho muito intenso, sabiam com antecedência quando iria ocorrer a chegada da primavera, do verão, do outono e do inverno. Por outro lado, a observação astronômica era motivada e estimulada também pela ausência de luz elétrica, o que facilitava muito. Com efeito, a esplendorosa iluminação das grandes cidades modernas tem afastado o antigo hábito de observação do céu. Assim, contraditoriamente, ofuscados pelas luzes da cidade, somos impedidos de ver os astros.

Muitos aspectos da nossa vida social são rígidos em virtude de uma série de tradições de origem astronômica que foram estabelecidas pelas civilizações que nos antecederam (MOURÃO, 2001:10). Dentre eles, as festas de solstícios e de colheitas, das quais trataremos em um tópico adiante.

Contudo, o relacionamento com os astros celestiais, durante a história da humanidade, sempre foi de deslumbramento e reverência e ainda hoje é assim. Alguém consegue ficar indiferente a uma grande lua cheia?

Sabemos que a lua em si não emite luz, a origem da sua beleza é algo mais exuberante e poderoso: o Sol, fonte de calor, de energia e de luz. Falaremos sobre ele mais especificamente.

É importante salientar que esta noção de fogo-luz é também, em si mesma, uma noção simbólica, pois não podemos afirmar que outras estrelas, além do Sol, são quentes ou frias. O fogo teoricamente é o desenvolvimento simultâneo de calor e luz produzido pela combustão de certos corpos. Porém, nem tudo que emite luz o faz através de reações químico-físicas, de combustão, e até mesmo em algumas experiências químicas é importante a supressão do calor para o surgimento da luz.

A luz das estrelas, que chega até nós após viajar milhões de quilômetros, é um fogo simbólico. Assim foi visto e sacralizado por diversas culturas na antiguidade. As tribos do sudeste da Austrália, por exemplo, veneravam uma entidade chamada Beame. Para eles a morada sideral de Beame é atravessada pela Via Láctea; as estrelas são as “fogueiras” do acampamento de Altjira e de Tukura (deuses supremos das tribos Aranda e Loritja) (ELIADE, 1977:70).

Da mesma forma, outros astros e eventos naturais são venerados e divinizados pelo homem. Entre eles, o raio e o trovão. Estes fenômenos naturais, que geralmente acontecem juntos, são considerados sagrados para diversas culturas. O raio é a arma do deus do céu em diversas mitologias, um sítio por ele atingido com um raio torna-se sagrado e os homens por ele fulminados ficam consagrados (ELIADE, 1977:82). As histórias dos índios Lenguas registram em forma mítica a crença que os homens aprenderam pela primeira vez o uso do fogo de um incêndio provocado pelo raio. É crença generalizada entre os índios americanos que o trovão e o raio são produzidos pelo bater de asas e o piscar de olhos de uma ave gigantesca (FRAZER, 1942:20).

Outro mito que retrata a ligação dos deuses ao raio e ao trovão vem da mitologia Iorubá sobre a deusa Iansã, que é associada ao ar, ao vento, à tempestade, ao relâmpago/raio (ar+movimento e fogo) e aos ancestrais (eguns). Conta-se que Iansã viajou por vários reinos, seduzindo seus reis e aprendendo com eles suas habilidades e mistérios. Até que partiu para o Reino de Xangô, pois lá acreditava que teria o mais vaidoso dos reis e aprenderia a viver ricamente. Mas ao chegar ao reino do Rei do Trovão, Iansã aprendeu mais do que isso, aprendeu a amar verdadeiramente e com uma paixão violenta, pois Xangô dividiu com ela os poderes do raio e deu a ela seu coração. O fogo das paixões, o fogo da alegria e o que queima. Assim, ela tornou-se o Orixá do Fogo (PRANDI, 2001:296).

Enfim, os astros celestiais e as manifestações da natureza representam a força dos deuses e até essas próprias manifestações se tornam divindades reverenciadas pelo homem.

Fogos de artifício

O termo “artifício” se origina do Latim (*artificiu*). Traduzindo, é o emprego de meios ou processos engenhosos para se obter um artefato, que por sua vez

também vem do Latim (*arte + factu*) e designa um produto manufaturado, isto é, feito à mão, manipulado pelo homem.¹

Partindo da etimologia desses termos, acordamos que os “fogos de artifício” são fogos manipulados, um fogo domesticado, criado, dominado. Seu principal objetivo: comemorar. Durante nossa pesquisa, não encontramos a utilização de fogos de artifício em eventos fúnebres ou de caráter lúgubre. Os fogos estão diretamente ligados a eventos de alegria, celebrações, comemorações. O motivo varia da mais simples festa de aniversário a eventos de nível internacional.

Os fogos de artifício são uma forma de expressão que transcende fronteiras e etnias, provocando sentimentos fortes de alegria, honra e orgulho conforme o seu uso. Como exemplo dessa transcendência internacional dos fogos, relatamos uma das passagens de ano em Las Vegas, nos Estados Unidos da América.² A cidade atrai turistas do mundo todo que querem esquecer, nem que seja por uma noite, os seus problemas.

Las Vegas é considerada por muitos a capital do entretenimento mundial, e os organizadores do evento desejavam algo grande e vistoso. A intenção era que o show pirotécnico fosse maior que o de outras cidades e atraísse pessoas para lá. Como tratado anteriormente, quem detém o fogo detém o poder, e o que os representantes da cidade queriam era ampliar o turismo com seus benefícios econômicos e de *status*, gerados pela competição, própria da cultura norte-americana, através de um espetáculo de beleza e alegria.

A família Grucci, tradicional no ramo da pirotecnia há mais de 100 anos, foi convidada para organizar a queima de fogos do citado *réveillon*. A pirotecnia levou energia ao evento; quase todos os sentidos foram atingidos, pois era possível sentir, ouvir, cheirar e ver o espetáculo; pessoas do mundo todo, de diferentes idiomas, comungaram de um mesmo sentimento. Foram usados efeitos com os brancos, cintilantes, os tons frios devido ao inverno no hemisfério norte, tons prateados e toques de vermelho e verde que saíram do Natal. Os artefatos foram instalados em cima dos principais cassinos da cidade, formando um corredor iluminado.

A avenida se transformou numa “Via Láctea” quando cometas prateados e dourados (a marca dos Grucci) explodiram em cima de tantos cassinos. Devemos atentar para esses termos utilizados pelos pirotécnicos. São estrelas, cometas, chuvas, trovões, raios e suas cores. Observamos³ que as terminações usadas para os

1 ARTIFICIO. Dicionário de Língua Portuguesa – PRIBERAM. [on-line], Disponível em: <<http://www.priberam.pt>>, Acesso em: 25 outubro 2010.

2 *A Magia dos Fogos de Artifício* – documentário exibido no canal People&Arts em 2003.

3 Nos documentários *A Magia dos Fogos de Artifício* – Canal People&Arts; *Mãos à Obra: Fogos de Artifício* – History Channel, e no comércio de artigos pirotécnicos.

fogos estão ligadas à sua forma e ao que elas representam. Mas, a nosso ver, estes termos não têm a simples função de designar os efeitos dos fogos – vão mais além.

Durand, em sua obra dedicada ao estudo do Imaginário, afirma que toda a construção do homem está no desejo profundo em superar a morte. Da mesma forma que as mitologias, os ritos e as festas são uma tentativa de aplacar na alma humana o sentimento de finitude, soltar fogos de artifício também o é. Há de se perguntar como os fogos podem suscitar uma questão metafísica como essa. A resposta talvez esteja no fato de que manipulando o fogo, produzindo “estrelas”, os homens sintam o poder dos deuses criadores dos astros e, assim, se aproximem da imortalidade.

Seguindo este raciocínio, a manipulação do fogo sugere o domínio da natureza. E a mistura dos elementos químicos na criação de cores e sons está impregnada desse anseio humano.

Os alquimistas exemplificam com propriedade a busca da imortalidade através do domínio sobre a natureza. A alquimia é uma ciência natural que representa uma tentativa de entendimento de fenômenos materiais na natureza; é um misto da física e da química de tempos remotos, sendo também o princípio de uma ciência empírica. Os alquimistas estudaram e se concentraram no mistério da natureza, em especial nos fenômenos materiais (VON-FRANZ, 1993:15).

A ciência natural – na acepção de que o homem sempre fez experimentos com animais, pedras, fogo, água – era parte daquelas práticas mágicas, que estão ligadas a diversas religiões e lidam com diversos materiais e substâncias. Assim, na Alquimia, a matéria era abordada de um modo “mágico” e, portanto, personificava aspectos divinos (VON-FRANZ, 1993:15). Desse modo, soltar fogos também é uma forma de comunicação com os deuses e uma maneira de agradecer suas graças “devolvendo” estrelas ao céu, em momentos de êxtase e consagração ritual.

A pirotecnia em si é um ritual. Primeiro há a preparação dos elementos químicos, seguida do feitio dos cartuchos, a montagem dos artefatos e por fim, geralmente à noite, a grande queima.

Apesar de sempre relacionarmos os fogos de artifício à luz e à cor, existem os espetáculos pirotécnicos com fogos apenas de barulho, caso da *Mascletá*, fenômeno exclusivo da cidade de Valência, na Espanha, durante o festival de *Las Fallas*.⁴

Esse festival floresceu na Idade Média e se transformou em um evento fantástico centrado na construção e na queima de mais de setecentos monumentos espetaculares, as *fallas*, que retratam acontecimentos atuais, política e cultura popular da cidade. Cada bairro tem sua *falla*, as pessoas votam e os vencedores são premiados. No último dia do festival, a partir das 22 horas as *fallas* da cidade são queimadas. Os valencianos fazem questão de lembrar que tamanha beleza foi

4 A *Magia dos Fogos de Artifício* (2003).

criada para ser queimada e da necessidade constante de substituir o velho pelo novo. É um ciclo infinito de nascimento, celebração e morte pelo fogo.

Durante os dias do festival, ao meio-dia, na praça central e em mais 370 locais de *fallas* acontece a *Masclétá*. São fogos de artifício sonoros que fazem um barulho ensurdecedor. Para os valencianos é a “arte de expressar o barulho harmonioso”.

Todos os dias do festival repetem-se as *Masclétás*, as cerimônias e a queima noturna de fogos luminosos, à meia-noite, fora dos muros da cidade. As cerimônias consistem na oferenda de flores para a confecção de uma estátua gigante de Nossa Senhora e uma alegria espontânea marca o fim das oferendas, quando Valência realiza um dos maiores shows de fogos da Europa. É uma noite conhecida como “a noite de fogo”. Para os valencianos, sem fogos de artifício não se pode conceber *las fallas*. O festival se encerra dia 19 de março, com a festa de São José, santo padroeiro de Valência.

Seja visual ou sonoro, um espetáculo pirotécnico encerra sempre uma aura de beleza e poder. Através dos tempos, a pirotecnia acompanhou o desenvolvimento da tecnologia, e hoje os maiores shows são elaborados por sistemas computadorizados de disparos.⁵ Mas o que chama a atenção é esta junção magnífica de uma arte milenar com o que há de mais moderno, sem que uma anule a outra. Esse pensamento está em consonância com o *mito da codemiurgia cósmica*, desenvolvido por Clémence Ramnoux (1977:28). Seria a idéia de que as construções técnicas avançadas do homem não estão longe de conseguir ocupar o seu lugar na natureza, que as estruturas tecnológicas se encaixam harmoniosamente e às vezes complementam as estruturas naturais. Um exemplo concreto do que estamos expondo pode ser encontrado na China.

A China é o berço da pirotecnia. Há mais de mil anos foi desenvolvida a primeira pólvora, não para a guerra, mas para fantásticas exhibições de trovão e fogo. A tradição pirotécnica da China continua, com mais fábricas que em qualquer outro lugar do mundo, sobretudo em Xangai.

Os chineses usam os fogos para comemorar pequenas e grandes ocasiões – é uma paixão nacional. Tanto que, durante a reunião da Asia-Pacific Economic Cooperation (Apec), encontro de chefes de estado asiáticos que houve em Xangai, o show de fogos estava incluído na lista de eventos, pois a ocasião exigia uma recepção tradicional chinesa, mas numa proporção sem precedentes.⁶

Cai Guo-Quiang, um artista residente em Nova York que tem prêmios de museus importantes e reconhecidos trabalhos artísticos com pirotecnia, foi contratado para dar ritmo e um tema ao show. Para Cai, “os fogos, em sua essência

5 *Mãos à Obra: Fogos de Artifício* (2003).

6 *A Magia dos Fogos de Artifício* (2003).

são uma forma artística de expressão. Como uma flor, uma explosão de fogos de artifício no céu é uma obra de arte". O seu plano envolvia 40 mil dispositivos disparados em 18 minutos. Um desafio técnico, pois tudo (as barcaças no rio, os prédios, as margens do rio e os barcos) deveria funcionar com o ritmo da música. A família Grucci, dos EUA, foi convidada para emprestar ao evento sua tecnologia de disparos e por já ter trabalhado antes com Cai.

Durante o programa, uma corrente de 1.200 metros de comprimento, representando um dragão, abre caminho pelos telhados da avenida. Para os chineses, os dragões trazem sorte, simbolizando as esperanças e os pensamentos mais íntimos das pessoas. Esta representação do dragão, símbolo tradicional da cultura chinesa, em forma de luz e cores através da arte milenar dos fogos e da tecnologia, torna-se um exemplo maravilhoso das novas "leituras" que um símbolo pode ter sem perder a sua essência.

Enfim, nessa enorme "tela" celeste, os artistas de fogos de artifício "pintaram" uma obra prima, expressando não somente uma acolhida afetuosa para os visitantes ilustres, mas representando também o passado notável da China e suas grandes aspirações para o futuro.

Nos tempos antigos, os fogos de artifício eram usados na China como oferenda aos céus, mas hoje, em qualquer lugar, são igualmente etéreos, aparecendo e desaparecendo no céu noturno, provocando todo tipo de emoção. Fogos de artifício são uma ótima maneira de transcender barreiras internacionais e de poder usar a arte e a visão como meios de comunicação entre os homens, através desse fogo mediador.

A festa do sol

Ao observar as variações periódicas de clima ao longo do ano, o homem da antiguidade procurou associá-las ao movimento do Sol no céu, descobrindo as direções do nascente e poente durante todo um ano. Os antigos astrônomos descobriram que o Sol, em quatro bem determinadas épocas do ano, nascia e se punha em pontos diferentes do horizonte; tais épocas correspondiam ao início das estações – quatro grandes alterações climáticas (MOURÃO, 2001:66).

Como citamos anteriormente, muitos aspectos da nossa vida social são regidos por tradições de origem astronômica que foram estabelecidas pelas civilizações que nos antecederam. Dentre estas, as festas do nosso calendário anual.

Muitas manifestações e regozijos do povo para comemorar um evento de origem histórica e/ou mística estão associados a uma origem religiosa, exprimindo também o ritmo das estações sob a conotação de morte e ressurreição da natureza. Com efeito, as festas profanas, que seriam adotadas pelo cristianismo, associaram os dias tristes do outono – das folhas caídas – ao culto dos mortos

no início de novembro e o momento em que a natureza desperta na primavera, depois de longo dormir invernal, ao culto da ressurreição (MOURÃO, 2001:44).

As festas, muito importantes nas sociedades agrícolas da antiguidade, têm como finalidade reunir as populações, do campo ou cidade, com o objetivo de romper a monotonia dos trabalhos e estabelecer intervalos de descanso, de alegria e até mesmo de orgias, como ocorre até hoje durante o Carnaval, um momento de desligamento da dura realidade do mundo. A ruptura com o cotidiano, além de provocar uma inversão dos hábitos diários, conduz com frequência a uma ultrapassagem das normas de vida e por vezes aos excessos, exacerbados pelas bebidas fermentadas (MOURÃO, 2001:44).

Durante as festas, a refeição farta, as trocas de presentes, os cortejos, os desfiles, as músicas, as danças e as máscaras dão maior solidez aos diferentes grupos sociais que interagem e se entregam ao regozijo mútuo. Paralelamente, existia um fundamento astronômico: as festas, fossem elas solsticiais ou equinociais, tinham como meta sacramentar o tempo e delimitar um calendário civil e religioso (MOURÃO, 2001:45).

Mas qual é a origem do termo *solstício*?⁷ Vem do latim, *solstitium*, composto de *sol* e *sistere*, *parar*. Mas por que há essa idéia de parar? Porque no momento em que o sol alcança a posição mais alta ou mais baixa no céu, ele parece estar fixado lá (VERDET, 1992:189).

A revelação dos solstícios deu origem às festas coletivas nas quais o Sol era honrado com fogo, a luz suprema, que o homem oferecia às divindades. Surgiram, desse modo, duas festas dedicadas ao fogo: a festa de verão, que tem lugar no solstício de verão, em 21/22 de junho, e a de inverno, em 21/22 de dezembro. Em virtude da inclemência do clima em dezembro nos países do Hemisfério Norte, a festa de São João passou a ser mais praticada. Por uma transposição cultural, os povos do Hemisfério Sul passaram a comemorar a festa do Sol em junho (inverno), durante o dia de São João. Esta manifestação atual, dedicada a um santo da Igreja Católica, atravessou os séculos sem sofrer grandes alterações, pois o culto do fogo permaneceu profundamente associado ao coração dos humanos. É a procura do Sol, ente máximo da verdadeira renovação da vida, a que assistimos diária e anualmente (MOURÃO, 2001:67). O Sol é denominado *astro rei* com toda propriedade: ele é a fonte de vida para nosso planeta. Um ciclo infinito de renovação da natureza, reproduzido nos eventos e comemorações que se repetem anualmente em nosso calendário.

7 O astrônomo Ronaldo Rogério de F. Mourão (2001) define *solstício* como a época em que o Sol, no seu movimento aparente na esfera celeste atinge o seu maior ou menor afastamento do Equador. Enquanto que os *equinócios* correspondem à passagem do Sol do hemisfério austral ao hemisfério boreal e vice-versa na primavera e no outono.

Como citado, as comemorações de solstícios e equinócios eram consideradas pagãs pelas religiões monoteístas. Como forma de afastar os fiéis destas festas, a Igreja Católica cristianizou-as, transpondo-as para a Páscoa, São João (24 de junho), São Miguel (29 de setembro) e São Nicolau (25 de dezembro). Pelo mesmo motivo, o nascimento de Cristo foi fixado em 25 de dezembro (solstício de verão, no hemisfério sul), no século IV. Essa festa, anterior ao aparecimento do cristianismo, era celebrada em homenagem a Mitra, que contava com um grande número de devotos no Império Romano, em especial depois de Constantino. De fato, Mitra, divindade persa, primitivamente um dos gêmeos do masdeísmo, religião iraniana, estava associada ao Sol. Mais tarde, se tornaria o *Sol Invictus*, ou seja, o Sol Invencível. O Natal, então, nada mais é do que a comemoração de *Natalis Invicti* (Nascimento do Sol Invencível), celebrada pelos adeptos da deusa Mitra, comemorada em Roma durante as saturnais que duravam de 21 a 31 de dezembro (MOURÃO, 2001:45-46).

Assim, não foi difícil associar esta data ao nascimento de Jesus, pois no Cristianismo há muitas imagens solares de Cristo, em particular as assimilações de Cristo com o *Sol Nascente*. São Lucas [1:78-79] lembra que o pai de São João Batista, Zacarias, previu a vinda de Jesus: “Deus, que nos enviará a visita do sol nascente, para iluminar aqueles que estão nas trevas e na sombra da morte”; os primeiros cristãos viam uma imagem profética de Cristo no *Sol da Justiça*, que foi anunciado no livro profético de Malaquias [4:2]. Mas é na liturgia e no serviço religioso que os traços da influência da mitologia solar podem ser mais bem discernidos. Os primeiros cristãos se viravam para o leste enquanto oravam, e as primeiras igrejas, como os templos gregos e romanos, eram construídas de frente para o leste. A partir do século IV, não eram mais as fachadas que ficavam de frente para o leste, mas o lugar do altar (VERDET, 1992:189).

O cristianismo pôde incorporar e transformar os festivais pagãos que marcavam o solstício de inverno, substituindo-os pela celebração do nascimento de Cristo. Mas o processo foi menos bem sucedido com o solstício de verão, pois muitas das tradições que celebram o São João em 24 de junho ainda hoje têm tons pagãos. A origem dessas tradições pode ser encontrada nos rituais rurais, já que o sol garantia uma colheita abundante (VERDET, 1992:191).

Assim que 25 de dezembro se transformou na celebração do nascimento de Cristo, o cristianismo transformou 24 de junho na festa do nascimento de São João, não o evangelista, mas São João Batista, que batizou Jesus. Conta-se que o nascimento de São João Batista precedeu o de Jesus no ano, como se a mensagem de um tivesse anunciado a mensagem do outro. Colocando, dessa maneira, nas ocasiões dos dois solstícios, a celebração dos dois nascimentos, o ano é dividido em metades iguais, com o de São João precedendo o de Jesus. Nos argumentos expostos para justificar a data de 24 de junho, a Igreja empregou a imagem solar.

Falando de Jesus, de quem disse ser o humilde predecessor, São João Batista disse: “Ele deve aumentar e eu diminuir” [João 3:30]. De fato, depois do solstício de verão os dias ficam menores (VERDET, 1992:191).

A festa do fogo

Não podemos esquecer que a festa de São João é também a festa do fogo. *Esse fogo que materializa a festa dos homens* (BACHELARD, 1999:24), fogo ligado às tradições que estão relacionadas à natureza, às festas agrárias, como mencionamos acima.

O fogo utilizado na festa de São João, ou festas juninas, como é mais conhecida no Brasil, é um fogo incinerador, representado nas festas principalmente pela fogueira. Como dissemos, tanto o fogo solar (luz) como o fogo incinerador fazem parte dos ritos de purificação, característicos das culturas agrárias. Simbolizam os incêndios dos campos que se adornam, após a queimada, com um manto verdejante de natureza viva (CHEVALIER, 2003:441).

Existem várias explicações para a presença da fogueira nas festas de junho. Entre as lendas que envolvem de mistérios a noite de São João, uma relembra a fogueira que Santa Isabel – mãe de João – o Precursor, mandou acender para avisar a sua prima, Maria, a Virgem de Nazaré, do nascimento do seu filho, pois Zacarias e Isabel moravam nas montanhas, e este seria o sinal combinado para comunicar o nascimento de João (SOUTO MAIOR, 1988:156).

Mas há outras versões, baseadas nas mitologias pagãs. Na Irlanda, por exemplo, os textos fazem menção à festividade chamada Beltane, que se realizava a 1º de maio, início de verão no Hemisfério Norte. Os druidas acendiam grandes fogueiras (o fogo de Bel) e faziam o gado passar por entre elas, a fim de preservá-lo das epidemias (CHEVALIER, 2003:441).

Em algumas aldeias européias, em 23 de junho, ao pôr-do-sol, uma pirâmide era construída no pátio central. O sacerdote chegava numa procissão para acendê-la e os chefes das famílias passavam pelo fogo os buquês de flores que seriam pregados nas portas de seus estúbulos no dia seguinte, antes do amanhecer. Então os jovens da aldeia podiam dançar ao redor do fogo e também saltar sobre as brasas, cujos restos eram levados para casa mais tarde. Naquela mesma noite, os homens arrastavam para o topo de uma colina um enorme rolo de palha, trespassado por uma longa barra de guia, ateavam-lhe fogo, então o acompanhavam enquanto rolava em descida. Quando a roda de fogo estava na metade da descida, as mulheres e moças que aguardavam lá saudavam seus homens e o fogo com gritos (VERDET, 1992:190).

Essa narrativa nos lembra que as nossas festas juninas conservam os rituais do fogo mais do que qualquer outra data do nosso calendário. É na noite de São

João que se acendem fogueiras votivas. Fogueiras cuja finalidade não é o aquecimento do ambiente da festa, mas uma sobrevivência de práticas milenares de conservação do fogo. É também uma festa de juventude, talvez ainda como uma reminiscência dos ritos de fertilidade, constituindo uma ocasião para a socialização dos jovens, a descoberta do outro, o início de relacionamentos amorosos (BENJAMIM, 1987). Assim como nas aldeias antigas os jovens dançavam ao redor do fogo ou pulavam brasas, nas festas juninas do Brasil há uma continuidade dessa tradição.

Na preservação dos nossos costumes e cultura, precisamos conservar tais hábitos, para que os laços que nos unem ao passado estendam seus elos às gerações que se sucedem. Precisamos garantir que mesmo passados mais de cem anos, os nossos descendentes possam encontrar “maturados” jovens ou velhos, crianças e adultos, ao redor da fogueira (SOUTO MAIOR, 1988:157).

Desde o período colonial até meados do século XX, a maioria da população das regiões do Brasil vivia no campo. Os brasileiros viviam integrados em grupos familiares.⁸

Essas relações familiares eram complementadas pela instituição do compadrio, que servia para integrar pessoas às relações familiares, ampliando assim os laços entre vizinhos e entre patrões e empregados. Havia duas formas principais através das quais as pessoas adultas ou jovens tornavam-se compadres e comadres, padrinhos e madrinhas: uma era, e ainda é, através do batismo; a outra, através da fogueira, que não deixa de ser um batismo de fogo. Nas festas de São João, especialmente os homens, convidavam-se mutuamente, ou por iniciativa de apenas um, para formarem duplas de compadres de fogueira; a dupla se postava um de cada lado da fogueira e deveria pular as brasas, dando-se as mãos em sentido cruzado. Neste momento, era comum a recitação de versos como:

São João dormiu / São Pedro acordô / vamo sê cumpadre / que São João mandô. (Nordeste sertanejo)

São João disse / São Pedro confirmou / Que nosso Senhor Jesus Cristo mandou / A gente ser compadre / Nesta vida e na outra também. (Amazônia cabocla)⁹

Os laços de compadrio são muito importantes, pois padrinhos podem substituir os pais na ausência ou na morte desses, compadres integravam grupos de cooperação para o trabalho agrícola, afilhados ficavam devedores de obrigações

8 Festas Juninas. *Corujando Dia e Noite*. Disponível em: <http://www.corujando.com.br/arquivo/festa_junina.html>. Acesso em: 26 outubro 2010.

9 Festas Juninas. Op. cit.

para com os padrinhos. Além disso, essa instituição beneficiava os patrões que possuíam um séquito de compadres e afilhados leais, tanto nas relações de trabalho, quanto nos momentos políticos, apoiados pelo voto de cabresto. O compadrio ainda vigora em muitas localidades, mas o processo de urbanização que já atinge todas as regiões brasileiras enfraquece essa instituição.¹⁰

Porém, um dos mitos mais próximos às nossas festas juninas é o mito do *Popol Vuh*, do povo quiché, descendente dos maias, que habitaram a Guatemala e a península de Yucatán. As duas palavras, de origem maia, significam *casa comum* e *livro*, respectivamente, pois é o livro essencial do conselho indígena quiché (MARTINS, 2003).

Mas o que conta exatamente o *Popol Vuh*? O poeta guatemalteco Luis Cardoza y Aragón o situa como a bíblia dos guatemaltecos, os filhos do milho: “Como a Bíblia, é um conjunto de textos sagrados e profanos, com proporções heróicas, onde fermentam deuses, homens e animais, em um âmbito mágico que envolve a origem do mundo, do homem e dos deuses”. No início do capítulo segundo, está um legado de aventuras dos deuses Hunahpú e Ixtlanqué, gêmeos que configuram a ambientação épica do *Popol Vuh*.¹¹ Aí se encontra o aspecto moral do livro, os gêmeos tiveram os pais sacrificados e a narração aborda temas ligados a castigos, humilhações, perdas, todo um relicário de como combater as forças do mal, sintetizado pela vitoriosa fala: “nossa extirpe não se extinguirá enquanto houver luz no abrir da manhã” (MARTINS, 2003).

Um trecho que nos chama a atenção relata quando os Heróis Gêmeos morrem queimados na fogueira acesa por seus inimigos, sem qualquer tentativa de defesa, para renascerem depois, encarnados no rebento verde do milho (CHEVALIER, 2003:441). Observando esse mito, encontramos uma conexão estreita com nossas festas juninas dado que é nesse período, principalmente no nordeste brasileiro, que se dá o auge da colheita do milho, cereal básico da culinária tradicional.

O *Popol Vuh* evoca também os mais remotos rituais agrários. Mesmo sendo solstício de inverno no Brasil, essa época coincide com a realização dos rituais mais importantes para os povos (indígenas), referentes às colheitas e à preparação dos novos plantios. O período que vai de junho a setembro corresponde ao período de fartura e evocação da fertilidade, é a época da seca em muitas regiões do Brasil, quando os rios estão baixos e o solo seco, pronto, portanto, para enfrentar o plantio que segue a seguinte seqüência: derrubada da mata, secagem e descanso

10 Festas Juninas. Op. cit.

11 El Popol Vuh. Disponível em: <<http://www.literaturaguatemalteca.org/popol.html>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

do mato derrubado e plantio; é a técnica da coivara, tão difundida entre os povos do continente americano.¹²

Nessa época, os roçados velhos do ano anterior ainda estão em pleno vigor, repletos de mandioca, cará, inhame, batata doce, banana, abóbora, abacaxi; a colheita de milho, feijão e amendoim, que ainda se encontra em período de consumo. Esse é um tempo bom para pescar e caçar. Uma série ritual, durante este período, inclui um conjunto muito variado de festas que congregam as comunidades em danças, cantos, rezas e muita fartura de comida. Deve-se agradecer a abundância, reforçar os laços de parentesco (as festas são ótimas ocasiões para alianças matrimoniais), reverenciar as divindades aliadas e rezar forte para que os espíritos malignos não impeçam a fertilidade. O sentido de atear fogo para limpar o mato, ao lado de realizar a fertilização do solo, é principalmente o de afastar esses espíritos malignos.¹³

Dessa maneira, podemos observar que as festas juninas são um emaranhado das mais diversas tradições herdadas pelos brasileiros. Os santos católicos convivem coerentemente com as tradições agrárias indígenas, as fogueiras místicas dos druidas, os conhecimentos astronômicos dos povos da antiguidade, os fogos chineses... Conhecimentos míticos e racionais imbricados num mesmo evento. É a junção primorosa de todas as características do fogo que revelamos nesse capítulo. Os fogos de artifício, fogo-luz, representação das estrelas e conexão com os céus se integram ritualisticamente ao acender da fogueira.

Assim, podemos observar também, que o fogo, em suas diversas manifestações físicas, está presente em muitos aspectos da nossa vida cotidiana, sendo mais explícito no período das festas juninas. É o fogo que incinera a madeira nas fogueiras, o calor que cozinha os alimentos tradicionais dessa época, as luzes que nos encantam num espetáculo pirotécnico. Poderíamos até afirmar que, ao acender a fogueira e soltar fogos, não somos nós que mantemos a tradição, mas o próprio fogo, ele mesmo se mantém. Seja em chama ardente ou em nossas almas, ele nos cativa, nos hipnotiza, clamando para ser aceso como um ser vivo, com vontade própria. Não fomos nós que domesticamos o fogo, mas ele nos domina, nos impele a apreciá-lo, a guardá-lo e a mantê-lo como tesouro, de geração em geração.

12 Festas Juninas. Op. cit.

13 Festas Juninas Op. cit.

A embalagem

O que é embalagem?

Neste capítulo, iremos contextualizar nosso objeto de estudo: as embalagens de fogos de artifício. Não podemos falar da análise de suas imagens sem antes identificar o que é uma embalagem, qual a sua importância na sociedade e o porquê das embalagens conterem imagens. Aparentemente óbvios para os profissionais que trabalham nesse ramo, provavelmente esses motivos passam despercebidos para o consumidor, que ao adquirir um dado produto não têm noção do trajeto e de todos os fatores que o levaram até as prateleiras. Daremos ênfase, porém, ao visual das embalagens, visto que o nosso trabalho trata de uma análise das imagens.

Devemos ter em mente que a embalagem é como uma vitrine do produto, devendo refletir as características intrínsecas dele, bem como o estágio de desenvolvimento tecnológico em que se encontra seu fabricante e refletir a sociedade como um todo (MESTRINER, 2001:xv), pois a embalagem representa, antes de tudo, a economia aliada aos padrões etnográficos do homem, situando-o como criador e a embalagem como bem material que carrega em si o espaço de sua criação. Ela também pode atestar e continuar os processos tradicionais aliados à personalidade cultural dos grupos, revelando respeito aos sistemas ecológicos, onde as matérias primas se unem aos conhecimentos regionais (RAUL LODY; EMBALAGEM, 1985).

Assim, a embalagem não é apenas de um trabalho de criação artística, mas um momento que expressa o trajeto que foi realizado desde a criação do produto até este chegar às mãos do consumidor (MESTRINER, 2001:04). Para se criar o design de uma embalagem, é básico que o profissional (seja artesão ou designer) compreenda a linguagem visual da categoria à qual o produto pertence (alimentos, higiene, cosméticos, etc.). É necessário conhecer as características da categoria em

que se insere o produto, conhecer hábitos e atitudes do consumidor em relação a essa categoria, mesmo que empiricamente, como fazem os artesãos do comércio popular, nos mercados e nas feiras. A linguagem visual da embalagem constitui um vocabulário, um repertório exclusivo construído ao longo dos séculos com o crescimento do comércio e da sociedade de consumo, que dotou os produtos de uma roupagem que permite a identificação de seu conteúdo e facilita o processo de compra (MESTRINER, 2001:10), distinguindo e expressando a cultura original do produto, a identidade visual do grupo social, cidade ou país de onde partiu.

A embalagem não é um produto final em si, mas um componente do produto que ela contém e que, este sim, é adquirido e utilizado pelo consumidor (MESTRINER, 2001:11). Diz Gilberto Freire (EMBALAGEM, 1985) que “*o objeto embalado é, na sua embalagem, uma expressão em forma, do que está no valor da sua substância*”. Dessa maneira, seu objetivo é tornar compreensível o conteúdo e viabilizar a compra. Ela agrega valor ao produto, interfere na qualidade percebida e forma conceito sobre o fabricante elevando ou rebaixando sua imagem de marca. É um instrumento de comunicação e venda, sendo em muitos casos, a única forma de comunicação que o produto dispõe (MESTRINER, 2001:11). Neste último caso, estão inseridas as embalagens de fogos de artifício, pois é um produto que não dispõe de campanhas publicitárias e anúncios para ser vendido, sendo a embalagem o seu único recurso.

Vale ressaltar que esta visão da embalagem enfatiza além das relações comerciais, sua dimensão social e antropológica. Não estamos tratando neste trabalho da embalagem do presente, da troca afetiva, inserida no contexto da Dádiva trabalhada por Marcel Mauss (1974), pois nosso objeto se insere na categoria das embalagens comerciais. A embalagem de fogos de artifício está agregada a um produto que, apesar de seus valores simbólicos, precisa ser comercializado e vendido.

A linguagem visual da embalagem e sua construção¹

A humanidade, desde seus primórdios, necessitou conter, proteger, transportar seus produtos e para fazer isso se utilizou das embalagens. Com o crescimento da sociedade e de sua atividade econômica, a embalagem foi se tornando cada vez mais importante, assim os comerciantes antigos precisaram identificar o conteúdo das embalagens para facilitar seus negócios. Com o aparecimento das empresas, os produtos precisaram também conter a identificação dos seus fabricantes.

O desenvolvimento do mercado e a maior competição entre os produtos fizeram com que a embalagem se tornasse um fator de influência na decisão de compra dos consumidores e começou a se “vestir” para agradá-los. Durante todo esse

1 Sintetizamos aqui trechos extraídos de: MESTRINER, Fabio. *Design de Embalagem – Curso Básico*. Makron Books, 2001.

processo, a embalagem foi construindo uma linguagem visual própria e característica para cada categoria de produto. As primeiras embalagens eram identificadas por sua forma, uma vez que não existiam recursos para inclusão de imagens ou códigos visuais mais elaborados. A forma de ânfora ou do jarro indicava se o conteúdo era vinho ou azeite; o formato do saco e a amarração do fardo indicavam aos comerciantes antigos o que estavam transportando e a origem dos produtos.

Mas a forma estrutural, devido às limitações técnicas da época, não podia por si só identificar a variedade dos produtos existentes, passando a ser necessária a designação do conteúdo das primeiras embalagens. Assim, ao “conter” juntou-se o “identificar”, e esses dois objetivos com suas implicações foram sendo ampliados à medida que o comércio e o trânsito de mercadorias cresciam.

A maneira como as embalagens foram adquirindo importância e sendo traduzidas em objetos constitui, ao longo dos tempos, um repertório iconográfico, uma espécie de vocabulário visual com características próprias.

As navegações e o surgimento das primeiras empresas dedicadas ao comércio de mercadorias em escala mundial deram um grande impulso à construção da linguagem visual das embalagens, pois além de se discriminar produtos, a identificação de sua origem passou a ser necessária: as peças de tecidos comercializadas pelos mercadores italianos no final do século XV já traziam rótulos com desenhos elaborados, impressos em prensas de madeira sobre papel feito à mão.

Em 1830, os rótulos já eram usados largamente em todas as formas de embalagens e para os mais variados produtos, mas faltava ainda um grande passo a ser dado: a impressão em cores. A primeira solução satisfatória de impressão a cores foi encontrada por George Baxter, em 1835, que patenteou seu método. Em 1850, a *cromolitografia*² concretizou o sistema de impressão a cores de Baxter, predominando por 60 anos, principalmente no período da Revolução Industrial, quando explodiu o consumo de massa.

Ainda nessa época, o grande objetivo dos rótulos era identificar o conteúdo da embalagem. Seu teor informativo foi incrementado com o desenvolvimento da indústria farmacêutica, cujos remédios e instruções de uso precisavam ser comunicados com precisão. A nova técnica possibilitou a inclusão de imagens chamativas e cenas que descreviam situações em que o produto era utilizado. Os novos rótulos tornavam os produtos mais desejáveis, e os fabricantes logo perceberam que, decorados dessa forma, vendiam mais. Assim, começaram a buscar maneiras de torná-los cada vez mais atraentes.

2 Técnica de impressão onde cada cor correspondia a uma pedra litográfica (calcário), que era impressa separadamente no papel uma única vez, exigindo muita precisão para que a transferência da imagem ficasse no lugar certo.

Elementos de prestígio, como brasões e medalhas, foram incorporados aos produtos; faixas, bordas e filigranas decorativas encontraram seu apogeu nesse período. A utilização de letras decorativas levou a tipografia a alcançar um alto nível artístico. Arranjos elaborados de letras desenhadas com sofisticação faziam muito sucesso nessa época e se afirmaram definitivamente como mais um dos pilares da linguagem visual característica das embalagens, sendo encontrados até hoje.

Na virada do século, as embalagens já eram a vedete das vitrines de farmácias e armazéns e apareciam em profusão em anúncios, revistas e cartazes espalhados por toda parte. Eram as estrelas da indústria que já havia descoberto seu poder de atrair e conquistar consumidores.



Figura 1 – Este rótulo de uma caixa de sabonetes franceses (entre 1900-1909) se inspira fortemente no estilo Art Nouveau.

A linguagem visual das embalagens do início do século XX já estava bastante incrementada. A indústria de cosméticos e perfumaria trazia para adornar seus produtos o repertório do estilo *Art Nouveau*³ incorporando pela primeira vez de forma intencional um componente de moda, que vinculava os produtos ao que estava acontecendo no cenário artístico e cultural da época. Esse expediente foi utilizado da mesma forma nos anos 1920 com o movimento *Art Decó*⁴, que veio

-
- 3 Estilo decorativo internacional. Iniciou-se na Europa na década de 1880 e atingiu o auge da popularidade por volta de 1900. Baseado em formas de vida vegetal, o estilo criou uma nova unidade nas artes visuais. Caracterizava-se pelas curvas e pela sugestiva fluidez orgânica.
 - 4 Estilo decorativo, cujo nome se originou da *Exposition Internationale des Arts Décoratifs et Industriels Modernes*, de Paris, em 1925. Recebeu influências variadas, do cubismo à arte egípcia e à valorização do maquinário moderno. Caracterizado por padrões

parar nas embalagens com a mesma intensidade com que influenciava as outras linguagens visuais.

Ao fim da Primeira Guerra Mundial, inúmeras marcas já estavam consolidadas e seu visual característico começava a ser transformado em ícones de marca de consumo. Até aqui, o vocabulário visual das embalagens já se constituía em linguagem, e artistas versados nesse idioma desenhavam embalagens cada vez mais elaboradas utilizando os elementos constitutivos com muita fluência e segurança. Agora podiam utilizar imagens que eram reproduzidas com maior qualidade graças aos avanços das técnicas de impressão. Nesse período, surgiram as primeiras escolas de design e criação na Europa, como por exemplo a Bauhaus.⁵



Figura 2 – Destinadas às mulheres fumantes, estas caixas de cigarros são elegantes ou exóticas e exibem, no caso da caixa de *du Maurier*, um magnífico *design art déco*.

No início dos anos 1940, a embalagem recebeu um novo elemento de comunicação visual que nos anos seguintes se tornaria uma de suas marcas registradas: o *splash!* Originário das onomatopéias popularizadas pelas histórias em

geométricos simples, extremidades angulosas e cores brilhantes, o estilo foi empregado numa ampla série de disciplinas (arquitetura, decoração, artes gráficas, etc.).

5 Influente escola de arte fundada em 1919, por Walter Gropius, que a dirigiu até 1933, quando foi fechada pelos nazistas. Um de seus objetivos era construir vínculos entre a arte e a indústria. Na década de 1920, a Bauhaus tornou-se centro criativo e intelectual de design, desempenhando papel chave no desenvolvimento do modernismo.

quadrinho de super-heróis, como Capitão América e Super-Homem, os *splashes* eram elementos visuais chamativos que alardeavam os atributos mais proeminentes dos produtos e nas embalagens encontraram um terreno fértil, a que se incorporaram definitivamente.

Com o fim da Segunda Guerra, observou-se que os combatentes voltavam mudos do campo de batalha, pobres em experiência comunicável. Tornou-se manifesto um processo de empobrecimento da comunicação interpessoal, o que transpareceu na sociedade. É como se após o testemunho do terror, as pessoas estivessem privadas de uma faculdade que parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências (BENJAMIN, 1996:198).

A sociedade, então, precisava de novos caminhos para comunicar, e o fizeram através da imagem. O consumo de massas, o aumento dos meios de comunicação e da publicidade, o surgimento da televisão e a criação dos supermercados estabeleceram os padrões visuais da embalagem tal qual a conhecemos hoje. A venda de produtos no sistema de auto-serviço obrigou a uma completa reformulação na função das embalagens, pois agora não havia mais o vendedor atrás do balcão para apresentar o produto, explicar suas características e estimular as vendas convencendo o consumidor a levá-lo. A embalagem deveria fazer tudo isso sozinha: surgiu então a embalagem moderna. Nessa época, já existia um outro pilar da linguagem visual da embalagem: o *appetite appeal*⁶. Graças à propagação da fotografia publicitária e das técnicas de reprodução gráfica, cenas elaboradas passaram a ser incorporadas para despertar nas pessoas o desejo de consumo.



Figura 3 – A famosa lata de sopa *Campbell's* transformada por *Andy Warhol* em ícone da Art Pop.

6 Conceito que insere nas embalagens de gêneros alimentícios imagens que despertam o apetite do consumidor, incentivando-o a comprar.

Nos anos 1960, no auge da revolução cultural da mulher e da juventude, a *Art Pop*⁷, vanguarda das artes visuais na época, percebeu o poder e a influência da embalagem na vida dos consumidores. Transformada em arte e ícone da cultura de massa, a embalagem também despertou as empresas e passou a ser tratada como uma poderosa ferramenta de marketing. Essa nova “civilização da imagem” agora tinha em mãos os poderes da imagem há tanto tempo recalcados, aprofundou as definições, os mecanismos de formação, as deformações e as elipses da imagem, levando-a à banalização, ao *lugar comum* no comércio. Por sua vez, a banalização é fruto de um efeito perverso: o consumidor passou a ser orientado pelas atitudes coletivas da propaganda que impõe seu sentido, anestesiando aos poucos a criatividade individual da imaginação, paralisando qualquer julgamento de valor por parte dos consumidores (DURAND, 2001, p. 118).

De lá até os dias atuais, o desenvolvimento da linguagem visual das embalagens continuou seguindo os mesmos caminhos da sociedade de consumo como um todo. Passou a absorver os grandes avanços tecnológicos e a incorporar as conquistas realizadas por outras disciplinas, sobretudo o Design e a Comunicação Visual. A embalagem atual incorpora elementos da linguagem de outras áreas, acompanha a moda e as tendências culturais e sociais e responde às premissas do marketing de produto. A Internet com seu *e-commerce*, o meio ambiente, a reciclagem e a globalização são algumas das questões que afetam o futuro das embalagens exigindo novas atitudes de todos os envolvidos com esse tema.

Esses fatores, no entanto, podem levar a uma rápida depreciação da imagem do produto. A destruição pelas variações das modas força a constante renovação dos apelos de consumo, requerendo uma produção contínua para manter sua eficácia. A repetição prolongada enfraquece seu efeito. O consumidor é um comprador de imagens e de promessas associadas tanto ao objeto quanto ao seu uso, projeta nele sentimentos e intenções e isso se deve ao fato do investimento na relação humana estar sendo progressivamente desviado para os objetos, que estão se tornando senhores de seus proprietários. Através deste imaginário, o homem moderno contemporâneo deprecia os objetos mais comuns acelerando sua rotação, trivializando-os a partir de seu curto ciclo de existência, tornando-os coisas descartáveis. Ele os desvaloriza convertendo-os em significantes de uma cultura do igual, próprios à produção de massa das sociedades onde o efêmero se torna uma lei e uma forma de lucro (BALANDIER, 1997:254,257).

7 Abreviatura de “Arte Popular”. O movimento floresceu nas décadas de 1950 e 1960, inspirando-se em aspectos da cultura comercial, como embalagens, publicidade e revistas em quadrinhos. Suas imagens irreverentes baseavam-se no consumismo, e seus expoentes, como Andy Warhol, opunham-se aos padrões estéticos contemporâneos.

Porém, como personagem importante da sociedade atual a embalagem continuará ampliando os objetivos que ela foi agregando ao longo de sua história: conter, proteger, identificar, expor, comunicar, vender o produto e, acima de tudo, significar, pois cremos que quem diz “embalar” não se refere simplesmente a um ato mecânico de envolver um objeto para fazê-lo chegar a seu destino. Trata-se de um ato com implicações não só poéticas, como até musicais. De um ato culturalmente irradiante. É impossível uma separação total de formas, de conteúdos, os dois tendem a se completar através de suas interpretações ou interdependências, pois quem recebe um objeto embalado precisa de receber, através da embalagem, uma emoção artística do objeto que vai lhe chegar às mãos. Uma emoção através de cores que se juntam a contornos (GILBERTO FREIRE; EMBALAGEM, 1985). A embalagem, assim, é um caso antropológico que reúne elenco de formas, materiais e invenções de uso que, unidos, buscam solucionar gostos, estéticas, transporte, adornos, entre outras necessidades presentes no cotidiano dos grupos sociais, atestando coerentemente a arte e a técnica, juntas no caminho do funcional e do simbólico. São as soluções do homem nesses diálogos de criação, de manutenção, de mediação, numa expansão dinâmica do viver e do sobreviver (RAUL LODY; EMBALAGEM, 1985).

Contextualizando

Nos tópicos acima, expusemos a embalagem e sua linguagem visual. Como citado anteriormente, nosso trabalho consiste numa análise, mais especificamente uma mitocrítica, da iconografia, isto é, do conjunto de imagens das embalagens de fogos de artifício.

Tomamos por amostra embalagens das décadas de 1950 e 2000. Nos próximos tópicos, colocaremos em evidência os fatos históricos, econômicos, sociais e culturais das citadas décadas, que possivelmente influenciaram e inspiraram os profissionais nas criações das imagens das embalagens e, conseqüentemente, exprimiram o universo simbólico reinante nos períodos mencionados. É certo que buscaremos os fatos sobre um olhar direcionado, visto que não é do nosso interesse abordar todos os aspectos de cada década, mas, sim, aqueles que estão em conformidade com o nosso objeto de estudo.

Massimo Canevacci (2001) afirma que os produtos possuem uma biografia cultural, uma história de vida, um trajeto como que biológico de nascimento e morte, isto é, desde sua criação até sua retirada do mercado. A partir da idéia de Canevacci, acreditamos que a “morte” do produto ocorre quando seu valor simbólico se transforma ou deixa de existir para a sociedade em que está inserido. Conforme vimos até agora, podemos afirmar que os fogos de artifício são um produto bem “vivo” e atuante no seio das sociedades que os acolheram.

A partir dessa idéia, nosso propósito é embasar e criar uma “bagagem” de informações que venha nutrir o entendimento do leitor dos dados expostos na análise que se seguirá, no próximo capítulo. Desse modo, o leitor fará suas próprias conexões e terá a liberdade de encontrar até novas possibilidades, novos símbolos, novos significados despercebidos aos nossos olhos. Seguindo a fenomenologia, nosso trabalho não pretende definir, nem concluir, mas expor e levar o leitor a novos olhares e reflexões a partir de um produto comercial e, ao mesmo tempo, simbólico.

Anos 1950

A década de 1950 foi marcada no âmbito social, político e econômico, por uma série complexa de transformações que insinuavam o perfil de um momento, de uma “nova modernidade”, que forneceria um ambiente estimulante para o desenvolvimento de sugestões renovadoras em vários contextos.

Não apenas a sociedade brasileira, mas o sistema internacional experimentaram mudanças extraordinárias. Uma nova arrancada tecnológica ocorreu no interior de um processo de remanejamento das relações internacionais que permitia a certos países tipicamente “subdesenvolvidos”, como o Brasil, alcançarem, dentro de certos limites e em determinados setores, um razoável padrão de modernização industrial.⁸

Era um momento favorável. O mundo acabara de sair da Segunda Guerra Mundial. Em vista deste fato e da valorização das matérias-primas nacionais, o Brasil tornava a atravessar um período de substituição de produtos importados. No final do conflito, o país acumulara um montante significativo de reservas cambiais e agora gastava parte dele atualizando o parque industrial. No fim dos anos 1940, já era praticamente auto-suficiente em bens perecíveis e semiduráveis – alimentos, bebidas, fumo, têxteis, vestuário, couro e peles, gráfica e editoração, madeira e móveis. Era o momento de dar um salto qualitativo no processo clássico de crescimento industrial, a hora de passar para outro estágio, em que a indústria pesada se consolida e se expande.⁹

Mesmo no Brasil, distante dos centros do conflito armado, o alívio era geral. Embora a guerra tenha trazido dor e desolação, o confronto acabou por favorecer o desenvolvimento da indústria brasileira. Todo esse crescimento, sem dúvida, necessitava de novas formas de se apresentar os produtos, e as embalagens

8 Documentação e História – *Contexto de época*. Disponível em: <<http://www.artbr.com.br/casa/>>. Acesso em: 27 outubro 2010.

9 50 anos do BNDES. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/livro50anos/Livro_Anos_50.PDF>.

ganharam um lugar de destaque nesse novo mundo consumista. Essas mudanças, porém, não chegaram imediatamente ao consumidor brasileiro. Apesar da relativa auto-suficiência, a maioria dos produtos que se apresentavam em embalagens ainda era oriunda de países onde esta já cumpria o seu papel comercial. Nesse período, as donas-de-casa brasileiras ainda compravam sua manteiga no armazém, embrulhada em papel-manteiga. Da mesma maneira, a farinha, o açúcar, entre outros eram comprados na “medida” e embrulhados em pacotinhos de papel. Os produtos embalados foram entrando gradativamente no comércio, conforme crescia a concorrência.

O governo de Juscelino Kubitschek, cujo lema era “50 anos em 5”, tinha como finalidade, com o seu *Programa de Metas*, modernizar o Brasil. É nesse período que a sociedade brasileira adquire definitivamente sua feição urbana, movida pela ideologia do desenvolvimento e pela associação com capitais externos, com a instalação de um novo e sofisticado parque industrial. Pela primeira vez em sua história, as massas urbanas despontavam no cenário político e transformavam-se, sem possibilidade de retorno, no centro decisório da vida nacional.

Essa conformação de um setor urbano-industrial moderno estreitava, como nunca, os laços entre o processo social interno e a dinâmica do sistema internacional. Uma área considerável da população passava a desfrutar de uma experiência social cada vez mais próxima a dos habitantes dos maiores centros urbanos internacionais. Diminuíam as distâncias e aumentava a sensibilidade para as conquistas tecnológicas que repercutiam rapidamente na configuração do imaginário urbano e na própria conformação do cotidiano das grandes cidades.¹⁰ Por trás desse cenário, se configurava um *imaginário construtor*: um meio pelo qual o homem dessa nova sociedade trazia uma materialidade a seus sonhos, às suas tendências secretas e aos seus fantasmas, à sua necessidade de realização e de adaptação pessoal, cuja racionalidade dos encarregados da ordenação das aglomerações e regiões, a racionalidade financeira dos empresários especuladores fundiários e imobiliários não conseguiu reduzir (BALANDIER, 1997:242).

Assim, melhores condições de habitação, desenvolvimento das comunicações, a busca pelo novo, pelo conforto e consumo são algumas das metas dessa época. A tradição e os valores conservadores estavam de volta. As pessoas casavam cedo e tinham filhos. Nesse contexto, a mulher dos anos 1950, além de bela e bem cuidada, devia ser boa dona-de-casa, esposa e mãe. Vários aparelhos eletrodomésticos foram criados para ajudá-la nessa tarefa difícil, como o aspirador de pó e a máquina de lavar roupas.

Voltada para essa nova mulher, com o fim dos anos de guerra, a moda dos anos 1950 se tornou mais feminina e glamorosa, de acordo com o lançamento

10 Documentação e História. Op. cit.

do *New Look*, de Christian Dior, em 1947. Metros e metros de tecido eram gastos para confeccionar um vestido, bem amplo e na altura dos tornozelos. A cintura era bem marcada e os sapatos eram de saltos altos, além das luvas e outros acessórios luxuosos, como peles e jóias, contrastando com a moda dos anos 1930 e 1940, que seguia as regras de racionamento, impostas pelo governo, limitando a quantidade de tecidos que se podia comprar e utilizar na fabricação das roupas.

Essa silhueta extremamente feminina e jovial atravessou toda a década de 1950. Apesar de tudo indicar que a moda seguiria o caminho da simplicidade e praticidade, acompanhando todas as mudanças provocadas pela guerra, nunca uma tendência foi tão rapidamente aceita pelas mulheres como o “*New Look Dior*”, o que indica que a mulher ansiava pela volta da feminilidade, do luxo e da sofisticação.

No Brasil, ainda não havia uma moda genuinamente nacional. A primeira tentativa nesse sentido partiu de P. M. Bardi, segundo seu próprio testemunho:

Nos anos 50 tentei, no MASP, dar presença a uma moda tipicamente brasileira, proposta generosa, mas que resultou num dos fracassos mais memoráveis. (BARDI, 1986:30)

Bardi havia promovido antes um desfile na Pinacoteca de trajes realizados pela casa Christian Dior, o que encantou a “grande sociedade” paulista. Um ano depois, foi lançada a proposta da moda brasileira que, mesmo fracassando, tornou-se um ato de ousadia. O que vigorava na época eram as exposições da moda que Paulo Franco importava de Paris. A moda européia se impôs com grande força nessa época, representando o renascimento das coisas belas em meio às cidades destruídas, às lembranças do horror e da miséria.

Da mesma maneira, a beleza se tornaria um tema de grande importância. Com o fim da escassez dos cosméticos no pós-guerra, o clima era de sofisticação e era tempo de cuidar da aparência. Grandes empresas, como a Revlon, Helena Rubinstein, Elizabeth Arden e Estée Lauder, gastavam muito em publicidade – era a explosão dos cosméticos. Na Europa, surgiram a Biotherm, em 1952, e a Clarins, em 1954, lançando produtos feitos à base de plantas, o que se tornaria uma tendência a partir daí. Era também o auge das tintas para cabelos, que passaram a fazer parte da vida de milhões de mulheres, e das loções alisadoras e fixadoras.¹¹ Toda essa sofisticação incentivava um consumo cada vez maior e mais exigente

11 GARCIA, Cláudia. *A Época da Feminilidade*. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>>.

das mulheres. E as embalagens desses produtos refletiam o glamour e exuberância com que as clientes sonhavam.

Contudo, todo esse processo de industrialização não se deu apenas na vida material, mas também no espírito. Operou-se um progresso ininterrupto da técnica, não mais unicamente votado à organização exterior, mas penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais. A cultura e a vida privada nunca haviam entrado a tal ponto no circuito comercial e industrial, os murmúrios do mundo – músicas, palavras, filmes – nunca haviam sido ao mesmo tempo fabricados industrialmente e vendidos comercialmente. Segundo Edgar Morin (1997:13-14), essas novas mercadorias são as mais humanas de todas, pois vendem os ectoplasmas de humanidade, os amores e os medos romanceados, os fatos variados do coração e da alma. Assim surgia a Cultura de Massa, produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial: propaganda pelas técnicas de difusão maciça, destinando-se a um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade, como classes, famílias, etc. (MORIN, 1997:13-14).

Por conseguinte, os meios de comunicação mostravam essas modificações da sociedade. Era grande o número de rádios, com artistas e programas de grande audiência. Um exemplo era a Rádio Nacional. Essa emissora foi pioneira no ramo da propaganda. A Nacional lançou a primeira radionovela no Brasil: *Em busca da felicidade*, baseada num original cubano adaptado a pedido da Standart Propaganda, que além de patrocinar o programa escolheu o horário matinal para seu lançamento. A experiência parecia ousada, o horário escolhido era de baixa audiência, entretanto o patrocinador criou uma estratégia para avaliar a receptividade do novo gênero oferecendo um brinde a cada ouvinte que enviasse um rótulo do creme dental Colgate. Logo no primeiro mês de promoção chegaram 48 mil pedidos, comprovando a eficácia comercial da nova programação. Com o sucesso do gênero, logo surgem novas radionovelas em outras faixas horários. A Nacional se transformou em uma verdadeira fábrica de ilusões, suas novelas marcaram época, forjaram hábitos e atitudes, despertaram polêmicas e fizeram muito sucesso junto ao público ouvinte.

No começo da década de 1950, o Brasil já tinha transmissões regulares de TV, e já tinha notícias das grandes invenções mundo afora. Sabia que um certo Peter Goldmark inventou o Long-play; já ouvira falar em cibernética e no “cérebro eletrônico”, criado em 1946, na Universidade da Pensilvânia; admirava o gênio de Einstein que expandira a fantástica Teoria da Relatividade na Teoria Geral do Campo. Sete anos depois, já empolgados pela mobilização ideológica do desenvolvimento de JK, os brasileiros – que já haviam se surpreendido com a produção da primeira pílula anticoncepcional (1952), com a exploração da primeira bomba de hidrogênio (1952) e com outras novidades incríveis como a vitamina B12 ou a invenção dos aparelhos de telefoto – ficaram sabendo que a URSS colocou em

órbita um satélite artificial, uma nova lua chamada Sputnik.¹² Era o início da Guerra Frio, travada entre os Estados Unidos e a então União Soviética, marcada pelo início da corrida espacial, uma verdadeira competição entre os dois países pela liderança na exploração do espaço.

A ficção científica e todos os temas espaciais passaram a ser associados à modernidade e foram muito usados. Até os carros americanos ganharam um visual inspirado em foguetes.¹³ Revela-se um *imaginário cósmico*, alimentado pela ciência e as técnicas espaciais, por milhares de imagens filmadas e de fotografias transmitidas pelas sondas espaciais. A exploração do espaço revelou e concebeu um espaço infinito, acessível à descoberta; abriu territórios novos ao trabalho da imaginação. A produção de imagens era tanto mais livre que as fronteiras entre a ciência e a ficção científica se tornaram imprecisas. Os foguetes, as naves espaciais, os satélites, as sondas vulgarizaram-se pela mídia, pelas maquetes, pelas imagens, pelos livros e brinquedos da modernidade (BALANDIER; 1997). As embalagens estrangeiras também seguiam essa tendência estampando temas espaciais, mas a maioria dos produtos conhecidos continuava com suas embalagens tradicionais criadas nas décadas anteriores, pois eram produtos que já tinham nome e uma imagem no mercado. No Brasil, não era diferente.



Figura 4 – Esta lata *Toffees Sharpe* da era espacial evoca a fascinação dos anos 1950 pela ficção científica e pelas histórias em quadrinhos infantis.

Música, literatura, artes plásticas e as próprias jovens artes do século XX, como o cinema e a fotografia, voltavam-se para o espírito da invenção e do radicalismo dos grandes movimentos de vanguarda do início do século. Após 1945, processou-se em alguns centros da Europa uma espécie de reavaliação e retomada

12 Documentação e História. Op. cit.

13 GARCIA. Op. cit.

de certos princípios das vanguardas que, de alguma forma, haviam-se perdido no emaranhado das duas grandes guerras. Ressurgiu, especialmente na Alemanha, o estilo modernista da Bauhaus, com o objetivo de fabricar bens duráveis, com um design voltado à funcionalidade e ao futuro, refletindo a vida moderna. Vários equipamentos, como rádios, televisores e máquinas, foram criados seguindo a fórmula de linhas simples, durabilidade e equilíbrio.¹⁴ Em São Paulo, foi criada a primeira escola de design, por Bardi, logo após fundar o MASP (BARDI, 1986).

Vale ressaltar um grupo de grande destaque para o Design brasileiro na década de 1950, intitulado O Gráfico Amador. Admirável o que aconteceu no Recife nesse período. Chama atenção de imediato o próprio fato de um grupo de jovens intelectuais se reunir para fundar uma editora que destoava, por sua concepção e sua produção, do que predominava no eixo Rio de Janeiro–São Paulo. No Sudeste, onde estavam os dois centros presumivelmente exportadores de cultura e de padrões profissionais, as casas publicadoras eram organizadas em moldes familiares. O produto (não o conteúdo intelectual), em consequência das limitações empresariais, quase sempre exibia certa uniformidade massificada, carente de imaginação. O grupo que fundou *O Gráfico Amador* quebrou, consciente e impetuosamente, essa corrente de mediocridade ao dar vida a uma editora caudatária da melhor tradição editorial das *private press* inglesas.

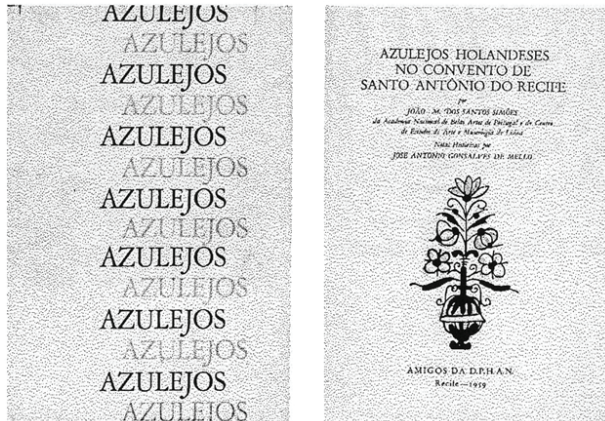


Figura 5 – Azulejos Holandeses no Convento de Santo Antonio do Recife – 1959.

Design: Gastão de Holanda. Ilustração: Adão Pinheiro.

O rótulo de “amador”, pesgado à editora e provavelmente a eles mesmos, de modo algum se refere a prazer sem compromisso, e sim a *amante, entusiasta, apreciador*. Inspirado no movimento modernista, o grupo lançou-se à tarefa de

14 GARCIA. Op. cit.

destruir a noção de que o livro como obra de arte era inevitavelmente edição de luxo, e para tanto cumpria dar igual atenção a cada página, da folha de rosto ao colofão (LIMA, 1997).¹⁵

A pretensão inicial de O Gráfico Amador era editar exclusivamente textos produzidos pelos membros do grupo. Apesar disso, em 1957, começaram a publicar também outros autores. Mas o preceito central, o de só publicar livros “sob cuidadosa forma gráfica”, foi observado rigorosamente até o fim. José Laurênio de Melo (LIMA, 1997:87)

Contando inicialmente com trinta membros, alguns nomes ilustres estavam associados a O Gráfico Amador: Aluísio Magalhães, Gastão de Holanda, Ariano Suassuna, José Laurênio de Melo, Orlando da Costa Ferreira, Carlos Pena Filho, Francisco Brennand, Hermilo Borba Filho, Lourenço Barbosa (Capiba), entre outros que mais tarde viriam a alcançar certo destaque no panorama cultural brasileiro (LIMA, 1997). Os participantes de O Gráfico Amador puseram à prova técnicas e influências, ao projetarem e imprimirem os seus livros. As tipografias criadas por eles refletem a ansiedade desses tempos de industrialização. Suas produções refletem a síntese de experiências diversas moldadas por imigrantes do mundo todo, traço importante da cultura brasileira. Essa foi a contribuição eclética feita por este núcleo de artistas e intelectuais recifenses, no momento preciso em que o Brasil dava seu salto qualitativo em direção ao mundo moderno (LIMA, 1997:173).

Nesse período, surgia também o manifesto do grupo Música Viva, criado pelo regente alemão Hans-Joachim Koellreutter e integrado por jovens músicos, que atacava o conservadorismo nacionalista e retomava idéias de vanguarda.¹⁶ Aparece a Bossa Nova, que ainda hoje marca a música popular brasileira. Artistas como João Gilberto, Antônio Carlos Jobim, Vinícius de Moraes, para citar os mais conhecidos, fizeram sucesso com o novo ritmo, influenciado pelo *jazz* e pela música erudita, surpreendendo os mais conservadores. Durante a década de 1950, as produções de Hollywood exerciam enorme influência no comportamento dos jovens. O *rock 'n' roll* começou a se tornar o ritmo da nova geração, que se embriagava tomando cuba-libre (REZENDE, 2001:609).

Da mesma forma, em outras áreas, os primeiros anos do pós-guerra já sugerem a possibilidade de uma guinada no sentido da inovação. Alguns sinais dessa possibilidade podem ser encontrados em fatos como a inauguração dos Museus de Arte Moderna do Rio e de São Paulo (1949 e 1948), a I Bienal de Arte de São Paulo (1951) – quando pela primeira vez o Brasil fazia uma exposição de arte

15 Prefácio de Emanuel Araújo.

16 Documentação e História. Op. cit.

com efetiva repercussão internacional e que trazia ao contato do público e dos artistas locais o que de mais contemporâneo se realizava no exterior, como os trabalhos de Niemeyer com Le Corbusier – e até mesmo a disposição de setores da burguesia de financiar e implantar uma indústria cinematográfica.¹⁷ Havia duas companhias de destaque: a Vera Cruz, em São Paulo, e a Atlântida, no Rio de Janeiro. As chanchadas brasileiras, com atores como Oscarito, Zé Trindade, Grande Otelo e Mazaropi faziam sucesso com humor e música. O Cinema Novo ganhou espaço a partir da época de Juscelino, com filmes de Néelson Pereira dos Santos, Glauber Rocha, entre outros. Produções mais intelectualizadas, esses filmes tinham o objetivo de renovar a linguagem do cinema e foram realizados com poucos recursos (REZENDE, 2001:609).

A produção literária da época também merece destaque, tanto representada por romance como por poesia e crônica. Autores como Guimarães Rosa, Rubem Braga, Fernando Sabino, Clarice Lispector e Ferreira Gullar, transformando palavras em imagens literárias, traduziam o cotidiano de brasileiros de várias regiões do país. Da mesma forma, artistas plásticos como Lasar Segall, Cândido Portinari, Amílcar de Castro e Hélio Oiticica foram responsáveis por uma produção inovadora, ao mesmo tempo brasileira e universal (REZENDE, 2001:609).

Um movimento artístico importante surge nos EUA, denominado *Pop Art*, influenciando vários setores das artes gráficas pelo mundo afora. Com raízes no dadaísmo de Marcel Duchamp, a *Pop Art* começou a tomar forma no meio da década de 1950, quando alguns artistas, após estudarem os símbolos e produtos do mundo da propaganda nos Estados Unidos, passaram a transformá-los em tema de suas obras. Representavam, assim, os componentes mais ostensivos da cultura popular, de poderosa influência na vida cotidiana na segunda metade do século XX. Era a volta a uma arte figurativa, em oposição ao expressionismo abstrato que dominava a cena estética desde o final da Segunda Guerra. Sua iconografia era a da televisão, da fotografia, dos quadrinhos, do cinema e da publicidade.

Com o objetivo da crítica irônica do bombardeamento da sociedade pelos objetos de consumo, ela operava com signos estéticos massificados da publicidade, quadrinhos, ilustrações e designs, usando como materiais principais tinta acrílica, poliéster, látex, produtos com cores intensas, brilhantes e vibrantes, reproduzindo objetos do cotidiano em tamanho consideravelmente grande, transformando o real em hiper-real. Mas, ao mesmo tempo que produzia a crítica, a *Pop Art* se apoiava e necessitava dos objetivos de consumo, nos quais se inspirava e muitas vezes provocava o próprio aumento do consumo, como aconteceu por exemplo, com as Sopas Campbell's, de Andy Warhol, um dos principais artistas da *Pop Art*. Além disso, muito do que era considerado “brega”, virou moda, e já que tanto o

17 Documentação e História. Op. cit.

gosto como a arte têm um determinado valor e significado conforme o contexto histórico em que se realizam, a *Pop Art* proporcionou a transformação do que era considerado vulgar em refinado e aproximou a arte das massas, desmistificando, já que se utilizava de objetos próprios delas, a arte para poucos.¹⁸

Mesmo com os avanços tecnológicos do mundo, inclusive no campo gráfico, um dos processos de impressão persistia nos anos 1950 e interessa particularmente a este trabalho: a litografia.

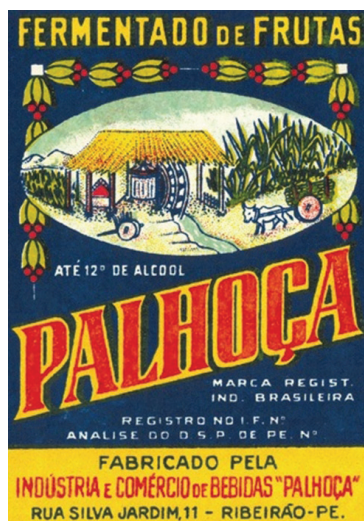


Figura 6 – Exemplo de rótulo impresso em litografia. Oficina Guaianases de Gravura – Olinda – 1984.

Como vimos no início deste capítulo, antes da invenção da fotografia e dos métodos atuais e tecnológicos de impressão, os rótulos e as marcas dos produtos eram feitos através da litografia. Trata-se de uma técnica de gravura em que o artista desenha sobre a pedra litográfica, para que a imagem seja posteriormente impressa em papel. Minas Gerais foi um dos principais centros de litografia comercial no Brasil, devido à importância da indústria de laticínios mineira, sendo produzidos rótulos e marcas de manteiga, cachaça, fumo de rolo, banha, queijo, entre outros. Os primeiros desenhistas litográficos vieram da Europa, trazendo modelos de paisagens européias que eram seguidos fielmente no desenho dos rótulos.¹⁹

Mesmo em decadência nos anos 1950, sendo substituída pelo processo de *offset*, a litografia ainda era usada em alguns ramos da indústria artesanal. A técnica litográfica teve, em Pernambuco, um foco de importante atividade. Fábricas como

18 POP ART. Disponível em: <www.historiadaarte.com.br>.

19 História e arte gravadas em pedra. Disponível em: <<http://www.eba.ufmg.br/acontece/noticias/20040218no-litografia.html>>.

a Caxias e a Lafayette e gráficas como a Ommundsen, a Lusitana, a Apolo, a Imperial e tantas outras, perpetuaram esta técnica até meados dos anos 1960, quando a descapitalização e os sinais de obsolescência se impuseram à teimosia e mesmo ao fanatismo dos litógrafos. Os rótulos de cachaça, de vinagre, de vinhos e sucos de frutas da terra eram alguns dos principais produtos comercializados em litografia.²⁰ Entre estes, estavam as embalagens de fogos, que utilizaram esse processo por um longo período.

A década de 1950 teve importância histórica no mundo ocidental, quando se demonstra ter sido um período de transição para a nova modernidade. É simbolicamente o abandono gradual do velho mundo massacrado por guerras, do começo do século XX e a entrada numa nova era de esperanças, a construção de um novo mundo através dos avanços tecnológicos. A partir dos fatos expostos, esperamos ter capturado a essência da década de 1950 e a contextualização das embalagens nesse período.

Anos 2000

Não é fácil se falar do período histórico em que se está vivendo. Tentaremos abordar os aspectos mais destacados destes poucos anos que vivenciamos na nova década, novo século, novo milênio, dando ênfase ao papel da embalagem neste novo tempo.

A passagem de uma década para outra não implica transformações radicais. Continua-se, nos anos subsequentes, a receber influências das tendências e descobertas da década anterior, como vimos no tópico acima, por isso, a década de 1990 estará implicada, mesmo que não citada, nesta explanação, pois muito do que temos hoje surgiu a partir das pesquisas e criações na década passada.

Sem dúvida, a década de 2000 está marcada pelo avanço desenfreado da tecnologia. Todos os setores da nossa vida são regidos por ela. Tecnologia é sinônimo de moderno, de status social, de qualidade, de vantagens, de facilidades de vida e todos os atributos que sustentam o “viver bem” na atualidade. E os produtos, que necessitam de embalagens, fazem parte desse cotidiano. Nesta década, entendemos por embalagens não só uma caixa de papel impressa, mas os suportes que operam com imagens na intenção de vender produtos, como veremos no decorrer deste tópico.

Nos dias de hoje, “viver bem” significa ter todo o aparato tecnológico doméstico e urbano com opções de uso. São equipamentos eletrônicos multifuncionais, os vários meios de comunicação integrados entre si, os projetos urbanísticos que possibilitam o andamento da cidade, eletrodomésticos comandados à distância. O mundo dos

20 CÂMARA, João. In: Memória de Pedra – Edição litográfica da Oficina Guaianases de Gravura. Olinda: 1984.

objetos tenta se harmonizar com a modernidade; com o *design*, é o recurso aos materiais novos enobrecidos, às formas imprevistas concebidas segundo a função (o uso), às cores menos comuns; é a correspondência a um meio social regido pela abstração, o funcionalismo, a eficácia, o aperfeiçoamento contínuo. As artes domésticas se revelam cada vez mais como a conjugação da arte e das tecnologias de ponta. Concebem “cozinhas de sonho”, máquinas discretas e silenciosas, programáveis e rápidas, integráveis em conjuntos de intenção estética. É preciso transformar o que era trabalho e servidão repetitivamente em prazer (BALANDIER, 1997:256).

O conceito de *domótica*, por exemplo, já começa a ser implantado nas classes abastadas. Trata-se de projetos de automação residencial. Imaginemos a cena: alguém assiste a um filme em sua sala de *home theater* quando escuta a campainha da porta. Com um simples toque em um painel portátil o morador vê, no próprio telão, quem está do lado de fora. Com outro toque, o filme pára e a sala é iluminada. Mais um toque, o portão se abre e o visitante é guiado até a porta por um caminho de luzes, que se acenderam automaticamente no momento em que a entrada foi aberta (CARVALHO, 2002:82). Um exemplo mais simples foi implantado nos condomínios de prédios, onde um sistema liga e desliga as luzes dos corredores conforme os sensores identificam o movimento das pessoas.

Entretanto, para o bom funcionamento do sistema, é necessária uma tecnologia de integração, e este processo é possível por meio de um projeto que envolva dispositivos, *softwares* de controle e infra-estrutura. Alguns especialistas afirmam que em breve a *domótica* perderá o status de sistema luxuoso, para entrar nos lares de quem deseja um mínimo de conforto ou até de economia, visto que os sistemas de automação possibilitam redução de custos de energia, gás e água (CARVALHO, 2002:82).

Dessa maneira, o imaginário investido nas formas modernas se apropria do que significa a criação de vanguarda (temas, linhas, cores) e o que determina uma incorporação científica e técnica exacerbada (robôs domésticos e lúdicos, máquinas de comunicação e de informação). Os objetos seduzem, e nisto são tão bem-sucedidos que os procedimentos comerciais – pagamentos parcelados e cartões de crédito que eliminam a manipulação monetária concreta – os tornam aparentemente mais acessíveis e, portanto mais tentadores. Eles participam da mitologia cotidiana, tornam-se “a consolação das consolações”²¹, ocupam os vazios do espaço simbólico.

Nos últimos tempos, somos bombardeados diariamente pelos anúncios de celulares. As empresas, com propagandas futurísticas, anunciam suas tecnologias de comunicação, com siglas das quais a maioria dos consumidores desconhece o significado. Mas o que importa ao homem moderno é a aquisição do novo aparelho que

21 BAUDRILLARD. *Le Système des objets*. Paris: Gallimard, 1968 (apud BALANDIER, 1997:257).

envia mensagens, fotografa, filma cenas e possibilita que depois tudo seja gravado num dispositivo de armazenamento (disco, cartão de memória, etc.) e acessado através de um aparelho de DVD ou de um computador. Poderíamos até nos questionar se os próprios aparelhos eletrônicos não seriam (mesmo simbolicamente) embalagens da modernidade? Invólucros de design contendo tecnologia? Observamos que há uma influencia mútua entre as criações tecnológicas. A câmara fotográfica do celular foi criada a partir das atuais câmaras digitais. Sistema que ao invés de gravar a imagem numa película, armazena-a em forma virtual. Por sua vez, a câmara fotográfica digital se transforma em uma câmara de vídeo ou *web* se conectada ao computador, possibilitando a visualização da outra pessoa, onde quer que ela esteja, contanto que a mesma tenha os aparatos necessários para essa comunicação virtual.

Visto dessa maneira, nada parece escapar a essa apropriação científica do mundo, das coisas, dos seres, ou seja, as técnicas estão submetidas a um só movimento. Diversificam-se e se sucedem em ciclos curtos, intervêm em tudo o que é de ordem material ou da ordem do ser vivo: as comunicações, a produção, a vida cotidiana, o consumo e a destruição, a economia biológica do homem e de seu meio. Sucodem-se como as gerações, só que mais rapidamente, como os computadores que se geram e se extinguem no ritmo do desenvolvimento tecnológico. Tornam-se onipresentes, acompanhando o homem moderno nos recônditos de sua vida privada e, às vezes, até em seu corpo, com a invenção da engenharia médica. Introduzem uma visão *instrumental* do mundo; tudo tende a ser avaliado em termos de funcionamento, de operação técnica e de eficácia, de ajustamentos sucessivos aos novos imperativos tecnológicos (BALANDIER, 1997:227).

Um exemplo disso é a integração dos sistemas, mote da nossa atualidade. E a Internet é o principal ícone. Por ela, as conexões são mais que múltiplas. O cidadão assiste ao jornal televisivo e, ao terminar a edição diária, pode conversar na Internet com os personagens da matéria. Ou pode ver um anúncio de um novo produto na TV e adquiri-lo numa das diversas lojas virtuais. Neste ponto, podemos afirmar que a Internet teve importante interferência no mundo das embalagens: na medida em que os produtos se tornaram virtuais, sua relação com os consumidores está sendo modificada. A comunicação dos produtos, que antes era apenas impressa no papel, toma nova figura. Hoje tudo está conectado através de uma rede de relações e se faz necessário que o consumidor tenha toda a disponibilidade de chegar ao produto ou serviços anunciados nas mais diversas mídias.

Essas conexões mundializadoras são sem dúvida unificantes, mas é preciso acrescentar imediatamente que são também conflituosas em sua essência, pois a unificação mundializadora se faz acompanhar pelo próprio negativo que ela suscita: o mundo, cada vez mais, torna-se dividido. A fé incondicional no progresso, na tecnologia, na ciência, no desenvolvimento econômico nos ensinou, durante o século XX, que estes fatores causaram danos à cultura e poluições mortais, que a

civilização do bem-estar podia gerar ao mesmo tempo mal-estar (MORIN, 2001). Um exemplo desse mal-estar é a *banalização cultural*, ou seja, a formação de culturas mais homogêneas, porque mais comunicantes, mais similares, portanto empobrecidas pelo apagamento progressivo das diferenças significativas. Provoca danos às maneiras de ser e de fazer, herdadas da tradição, inscritas nas configurações simbólicas e ideológicas recebidas do passado (BALANDIER, 1997:229).

A tecnologia não só cria produtos, cria também a necessidade deles. A procura por objetos mantém-se ou aumenta tanto pela excitação do comércio quanto pela necessidade com a qual eles se impõem. O imaginário desenvolvido pelos publicitários a mantém. Provoca identificações nos personagens sedutores/tentadores associados a um conjunto de imagens geradoras de desejo (BALANDIER, 1997). Deixar de ter esses novos produtos é deixar de se conectar e se comunicar com o mundo ou mesmo com os membros da comunidade em que se vive, pensa o homem moderno. O consumo não é só de objetos, mas de signos associados ao consumo de mensagens facilmente interpretáveis e eficazes. A proliferação dos signos é uma das características cotidianas mais aparentes. São quase onipresentes, provocam um condicionamento, são fatores de conduta conforme, de uso correto, de escolha orientada e, portanto, resignada. Essa proliferação heteróclita dos signos se realiza recobrando e apagando os símbolos recebidos das profundezas do passado e essas reações e seus efeitos tendem a se intensificar, multiplicados pelas máquinas e pelos objetos oriundos das novas técnicas (BALANDIER, 1997).

Balandier (1997:256) afirma que “*a modernidade contemporânea modificou a relação do homem com seus objetos*”. Vejamos, como exemplo, um texto de Marcio Boaro para o site da Microsoft falando sobre Web Services:

Gestão de estoques. Se utilizarmos Web Services para este trabalho, podemos obter desde um simples “controle de estoque” da geladeira doméstica, até de grandes varejistas, por exemplo. Pode-se controlar o estoque dos alimentos de uma geladeira, gerenciados automaticamente através do código de barras (no caso de alimentos sem código de barras, é necessário que se digite o código), e o Web Service instalado na geladeira, equipada com Windows CE, leitora de códigos de barras e conexão com Internet, solicita automaticamente ao supermercado de preferência, os alimentos que estão com o “estoque” baixo na data em que a pessoa tiver escolhido para regularização do abastecimento da casa. Nada disso faz parte de um “admirável mundo novo”. A geladeira já existe na Europa e logo a teremos no Brasil. Podemos ampliar este exemplo para bares, restaurantes ou hotéis onde o sistema ao invés de simplesmente comprar, vai poder fazer cotações, e efetuar a compra no melhor fornecedor, utilizando Web Services e regras de negócio muito simples.

Partindo da afirmação de Balandier, este exemplo nos faz refletir sobre a interferência dessas novas tecnologias nas embalagens; no futuro, os produtos terão suas linguagens visuais, construídas através dos séculos, transformadas em pacotes com códigos de barras? Levando em conta o exemplo acima, surgem problemas como: o consumidor gostará de ter que manter os produtos nas embalagens codificadas para que o sistema de gerenciamento funcione ou ele preferirá guardar seus alimentos na velha e boa *Tupperware*? Preferirá ter suas escolhas gerenciadas por máquinas, e não por sua sensibilidade diante do produto, de suas imagens? São questões das quais não sabemos as respostas, mas que deviam ser levadas em consideração por aqueles que criam tecnologias sem se importar com os hábitos reais de quem as usará.

Outro ramo envolvente é a moda. A tecnologia avança no desenvolvimento de novos tecidos, para “embalar” modernamente o homem. Mais uma vez há conexões e integração entre os diversos setores. Já vemos no mercado tecidos elaborados a partir do plástico conhecido como PET, utilizados na fabricação de garrafas refrigerantes e outros recipientes. Quando reciclado, pode-se transformar a matéria em fios para a elaboração de tecidos ecologicamente corretos.

Esse fato nos leva a pensar que a moda do século XXI deixou de ser exclusiva das altas classes, levando-se em consideração novos interesses e novas visões de mundo. Chris Francini, consultora de moda e imagem, num artigo para a revista *Bem Estar Bem*, da Natura, diz que:

Antigamente, a moda era considerada um glamour desnecessário porque era para poucos, um privilégio das elites. Hoje, esse conceito mudou bastante. A moda está muito mais acessível, faz parte da vida das pessoas e está aberta a todas as classes sociais. Não há como negar que, como vestimenta e imagem das pessoas, a moda está muito ligada à vida e ao momento histórico das sociedades. Por exemplo, nestes tempos de recessão econômica, o preto voltou como tendência, porque, do ponto de vista econômico, é mais adequado investir em uma roupa que pode ser usada várias vezes do que em uma peça de cores fortes que, passada a estação, fica ultrapassada. Outro aspecto importante da moda é que ela é utilizada como expressão de pensamentos, atitudes e crenças de indivíduos, tribos e grupos sociais. Através das roupas, acessórios e maquiagem é possível identificar os desejos dessas pessoas.

O depoimento acima vem corroborar a idéia dessa “embalagem” simbólica que é a moda. A modernidade estimula o indivíduo a ter o *look* (aparência construída segundo os cânones do momento) e o rosto em harmonia. O vestuário contribui para esse quadro como uma das principais marcas sociais, designando a ocupação, a condição, a identificação como determinados tipos; materializa

também as imagens da juventude (os *jeans*), de dinamismo (a roupa esportiva) e de competência (o terno “específico”). A máscara que resulta da maquiagem, do penteado trabalhado e a ostentação manifestam igualmente as escolhas individuais; metamorfoseiam, ao modelar segundo as imagens dos personagens do dia e dos heróis contemporâneos, transmitidas e repetidas pela mídia; contribuem à multiplicação imitativa das figuras da celebridade precária (BALANDIER, 1997:262). Os adolescentes, contraditoriamente, passam horas se “desarrumando” na frente do espelho, compram roupas rasgadas, desbotadas, nas boutiques dos shoppings para terem a imagem rebelde que seu grupo exige. Francini prossegue dizendo:

Hoje, as tendências da moda são seguidas desde as lojas populares até as boutiques refinadas. As grandes magazines, por exemplo, têm estilistas internos que interpretam as tendências mundiais e as traduzem nas roupas populares. O mesmo acontece em uma loja requintada. Só é preciso saber em qual delas se poderá comprar.

Em consonância com o depoimento de Francini, a tecnologia e a temida globalização destituíram o poder das altas classes em ditar o que se veste. O consumidor agora tem ferramentas que lhe permitem estar atento às mudanças globais e fazer as exigências que atendam a seus gostos. Estimulado pela publicidade nas diversas mídias, ele compra roupas adequadas ao visual do seu grupo tentando manter uma individualidade por vezes fictícia, na medida em que todos se vestem e agem da mesma forma.

Mais intimamente ligada ao mundo das embalagens está a indústria gráfica. Sabemos que as embalagens construíram uma linguagem visual através dos séculos. Muitas vezes os elementos gráficos dessa linguagem foram adicionados ou dispensados conforme o surgimento de novas técnicas de impressão, novas maneiras de se pôr no papel a imagem que aquele dado produto deveria ter, porém as embalagens não são elaboradas só como resultado dos recursos técnicos, são também resultados de um imaginário que pulsa, contém mitos que estão presentes em todos os processos de criação da humanidade.

Nos últimos 25 anos, o computador assumiu um papel destacado no processo produtivo gráfico. A informatização das máquinas de impressão veio dar enorme rapidez ao processo impressório e aquilo que na década de 1960 levava horas para se fazer pode hoje ser executado em vinte minutos. O computador também pode comandar uma pequena impressora a laser ou a jato de tinta, a assim chamada *impressão digital*. O princípio do século XXI caracteriza-se por um ritmo de mudanças na indústria gráfica não inferior ao do final do século XX, sendo a tendência mesmo de aceleração das mudanças, dado o crescente aumento da informatização aliado às comunicações digitais avançadas. A

indústria gráfica da primeira década do século XXI é caracterizada pelo impacto da Internet, pelo crescimento da impressão digital a cores.

Porém, em qualquer conjunto imaginário delimitado sob os movimentos gerais oficiais institucionalizados transparece uma eflorescência de pequenas correntes que vem de encontro à ordem reinante (DURAND, 2001:104). Podemos observar que a busca pela identidade visual característica, que informe a originalidade do produto vai na contra-corrente da pasteurização das imagens, dos modelos, do mundo globalizado e massificado, principalmente na cultura ocidental. No Brasil, encontramos em meio aos diversos itens importados, produtos gerados por empresas que buscam uma identidade brasileira. Como exemplo, temos a empresa de cosméticos Natura, que apresenta produtos e embalagens inspirados na ecologia, nos conhecimentos de grupos nativos nacionais, na cultura popular e se utiliza de matérias-primas da flora brasileira. Tal movimento entra em acordo com as palavras de Gilberto Freire (apud EMBALAGEM, 1985):

Se uma cultura se requinta como, há anos, a ocidental, no intercâmbio de objetos, esse intercâmbio implica em serem esses objetos empacotados segura e atraentemente. Em cumprirem uma missão cultural geral que ultrapassa qualquer missão específica. Importa na criação de uma forma nacionalmente artística de embalagem. Ao mesmo tempo, numa especialidade significativa. As embalagens precisam ser, como outras artes brasileiras, ecológicas, nacionais, regionais. Precisam, como formas, de inspirações saídas de motivos característicos do Brasil: da natureza, da vida, da cultura do Brasil. Nada de passivas imitações de estrangeiros. Nunca o Brasil precisou tanto ser brasileiro.



Figura 7 – Embalagens em forma de cabaça e pedra de rio, perfumes elaborados com matérias-primas da flora brasileira – Natura Cosméticos.

Quanto ao papel, o principal suporte da impressão gráfica, o século XX foi o século do crescimento do seu consumo nos países industrializados, das preocupações ecológicas – pois um quinto da madeira produzida se destina à produção do papel – e da reciclagem de papéis e cartões velhos. Durante a década passada, verificou-se o consumo de papel e a tendência é a de aumento, contrariando os que pensavam que a informatização faria reduzir os gastos com papel. Mas, em vez de reduzirem, os computadores e as suas impressoras provocaram um aumento exponencial. Até o final do ano 2010, prevê-se que o consumo de papel aumentará mais 32%, sobretudo nos países onde a informatização ainda tem um caminho a percorrer. O século XX foi assim o da ilusão de que os documentos encontrariam novos suportes e se desmaterializariam e da constatação que os documentos eletrônicos acabam afinal materializados em folhas de papel, provando que a cultura do homem do século XXI não dispensa este suporte da impressão.

Assim, as técnicas vêm ampliar e não substituir umas as outras. Podemos observar, então, que mesmo com a tendência crescente das coisas se tornarem virtuais, dependemos e muito de suportes mais concretos. O pesquisador português Rui Canaveira, no seu texto *Indústria Gráfica e Transformadora do Papel um Mundo de Produtos*, exemplifica a forma como, desde que nos levantamos até nos deitarmos, estamos em permanente contacto com objetos e produtos que, de alguma forma, vem da indústria gráfica. Ele diz que, provavelmente, nos levantamos de uma cama com lençóis que têm motivos serigrafados, fazemos a barba e escovamos os dentes, podendo distinguir as duas pastas porque elas se encontram contidas em embalagens impressas de forma diferente. Na hora do café-da-manhã, distinguimos o açúcar do sal porque estão embalados em caixas, também impressas, com cores, dizeres e motivos diferentes. Depois, saímos e compramos o jornal e o bilhete do transporte público, também impressos; utilizamos os lenços de papel se estamos constipados, e chegamos ao local de trabalho onde nos esperam mil e um produtos da indústria gráfica e transformadora do papel: as pastas e arquivos, o papel para computador, as etiquetas para endereçar informaticamente, o rolo para o fax, o calendário, os sobrescritos, os livros, o papel para a fotocopadora, os impressos múltiplos, os cheques, as letras, etc. À hora do almoço, a toalha e o guardanapo são, muito provavelmente, um transformado do papel, bem como o cardápio e a fôrma do bolinho que comemos como sobremesa. À tarde, no supermercado, um rol de rótulos e embalagens papel e cartão, embalam os mais diversos produtos, dos congelados aos chocolates, das sopas instantâneas aos produtos de higiene e limpeza, tudo embalado e impresso da forma mais chamativa possível para que não nos esqueçamos de comprar. Antes passamos na vídeo-locadora levamos um filme, cuja caixa tem também uma capa impressa. Já em casa, o painel de comando do fogão ou da máquina de lavar estão também impressos, bem como o saco de mão trazido do supermercado. Terminado o

jantar revemos os trabalhos da escola dos filhos e aconselhamos a manterem em boa ordem os cadernos, os livros e todo o restante material escolar. Fazemos ainda uma consulta à agenda para nos certificarmos das obrigações no dia seguinte e nos distraímos com a coleção de selos ou de postais ilustrados. Se fumante, o maço dos cigarros também foi impresso bem como a caixa dos comprimidos ou do xarope das crianças.

É fato que nossa atualidade está tomada pela tecnologia, que as sociedades que acentuam o conhecimento racional, a ação instrumental eficaz, a produtividade e a expansão exasperam o imaginário, multiplicando seus espaços e seus meios de produção, seus utilizadores e manipuladores. O *tecnoimaginário* surge aliando a força das imagens à “magia” das máquinas complexas. A informática é particularmente propícia a uma elaboração dessa natureza, que pode ser levada ao ponto onde se torna a expressão de um messianismo tecnotrônico, anunciador da solução dos problemas maiores deste tempo através da universalização da sociedade informatizada (BALANDIER, 1997:233).

Os meios rápidos de comunicação, por processos fotográficos, tipográficos, cinematográficos, através da reprodução a cores, das telecomunicações, da imprensa, da informática, permitiram uma confrontação planetária das culturas e um recenseamento das imagens num “Museu Imaginário” generalizado a todas as manifestações culturais. É essa própria sociedade racional e instrumental que nos propõe os meios de reequilíbrio: o poder e o dever de promover um intenso ativismo cultural (DURAND, 1979:103). A aceitação de imagens veiculadas pelas civilizações diferentes da nossa é um meio, o “único meio” (DURAND, 1979:104), de restabelecer um equilíbrio humanista. “A razão e a ciência só ligam os homens às coisas, mas o que liga os homens entre si, ao humilde nível das felicidades e das penas cotidianas da espécie humana, é a representação afetiva, porque vivida, que o império das imagens constitui” (DURAND, 1979:104).

Análise e reflexão

Mitema

Faz-se necessário, neste ponto, esclarecer a noção de *mitema* e seu uso neste estudo, para uma maior compreensão da análise que se segue.

Como já foi dito, nosso estudo é elaborado através do método da Mitocrítica concebida por Durand. Trata-se de um método de crítica literária ou artística que centra o processo compreensivo sobre o relato mítico inerente ao significado de todo relato. Considera que estruturas, histórias ou meio sócio-históricos são indissociáveis e fundam o conjunto compreensivo ou significativo da obra de arte (artística ou literária). A Mitocrítica põe em evidência num autor ou obra os mitos diretores e suas transformações significativas, mostrando que cada modelo cultural tem uma certa *espessura mítica* onde se combinam e se afrontam mitos diferentes (ROCHA PITTA, 1995).

Em um primeiro tempo, efetuamos o levantamento das repetições de temas. A redundância de certas imagens nos direciona para os significados básicos, como foi realizado no primeiro e segundo capítulos, quando tratamos dos simbolismos do fogo e das embalagens. Cuidamos de situar as diferentes lições dos mitos e as correlações com as festas juninas e as embalagens (ROCHA PITTA, 1995).

Em um segundo tempo, realizamos o levantamento dos mitemas, tendo em conta as repetições, isto é, as redundâncias. A seqüência dos mitemas nos informa sobre a intenção (consciente ou inconsciente) da obra. Além de ser a menor unidade redundante, o mitema representa os pontos fortes, *repetitivos* da narrativa ou obra de arte (ROCHA PITTA, 1995). Sendo assim, são “pacotes” ou “constelações” de símbolos aparentemente distintos, mas de significados semelhantes.

Escolhemos quatro grandes agrupamentos de símbolos, os mitemas, em cada década escolhida. A nomenclatura foi direcionada para a principal característica

do mitema, observando-se o contexto. Exemplo: o **mitema noite** foi assim denominado a partir da observação de que os fundos escuros (preto e marinho) repetidos nas embalagens serviam como cenário noturno para os personagens.

Análise

Imagens – década 2000

Mitema 1 – noite (azul-marinho, preto, tons escuros)

O mitema da noite está presente em praticamente todas as embalagens analisadas dessa década, por esse motivo o escolhemos para ser o primeiro dentre os mitemas encontrados.

Para os gregos, a noite (Nyx) era a filha do Caos e mãe do Céu (Urano) e da Terra (Gaia). Ela engendrou também o sono e a morte, os sonhos e as angústias, a ternura e o engano. Na concepção céltica do tempo, ela é o começo do dia e corresponde simbolicamente à eternidade. Como todo símbolo, a noite apresenta um duplo aspecto, o das trevas, onde fermenta o vir a ser, e o da preparação do dia, de onde brotará a luz da vida (CHEVALIER, 2003:639).

As trevas constituem uma abstração espontânea negativamente valorizada pelo homem, quando se trata de imagens vinculadas aos símbolos do Regime Diurno da Imagem (DURAND, 2001). O choque diante do negro provoca experimentalmente uma “angústia em miniatura”. Essa angústia seria psicologicamente baseada no medo infantil do negro, símbolo de um temor fundamental do risco natural. A valorização negativa do negro significaria pecado, angústia, revolta e julgamento. Diz Bachelard que a aproximação da hora crepuscular sempre pôs a alma humana em situação de trevas (apud DURAND, 2001:90-91).

As trevas noturnas constituem o primeiro símbolo do tempo, e entre quase todos os povos da antiguidade, como os indo-europeus ou semitas, “conta-se o tempo por noites, e não por dias”. A noite negra aparece assim como a própria substância do tempo e recolhe todas as valorizações negativas (DURAND, 2001:92).

Podemos observar que o São João é uma festa noturna. Como vimos anteriormente, a maioria das festas que vigora em nosso calendário é um imbricamento de tradições pagãs agrárias com a religião cristã. Não por coincidência, essas festas são realizadas à noite. Novamente citamos Durand quando diz que as manifestações do imaginário humano estão relacionadas ao desejo profundo em superar a morte. Sendo a noite a representação da morte, do tempo, como vimos acima, é imperativo que o fogo, chama que vem trazer a luz, vença simbolicamente as

trevas. Essa é a essência das festas noturnas, um rito em celebração pela vitória contra a morte.

Nas imagens das embalagens de fogos de artifício, a noite tem que estar presente para ser vencida, domesticada. Sendo assim perde o seu caráter tenebroso e obscuro, já não temos medo da noite (morte), pois se tornou um suporte deste fogo que purifica e ilumina. Temos essa arma que os deuses nos enviaram para a nossa batalha pela imortalidade.

Mitema 2 – vôo (asa, balão, foguetes espaciais, avião, carro de corrida, marcianos)

Após vencer a noite e a morte, o homem anseia mais, quer chegar mais perto dos deuses, chegar a suas moradas celestiais e ser também um deles. Assim, nosso segundo mitema é caracterizado pelos elementos de ascensão. Asas, anjos, seres alados são imagens que representam uma resposta positiva do homem à sua vocação espiritual e, mais do que um estado de perfeição, um movimento em direção à santidade. Outros símbolos, como a flecha, representam também a subida da vida, a projeção do homem para o céu (CHEVALIER, 2003:91-92).

A ascensão é o oposto da queda. A queda é um signo de punição. Em numerosos mitos, há um animal lunar que engana o primeiro homem (caso do Adão bíblico) e troca o pecado e a queda pela imortalidade do homem primordial. A morte seria o resultado direto da queda (DURAND, 2001:114). A ascensão repousa no contraponto negativo desta, e seus símbolos são desencadeadores psicológicos e morais que põem em evidência o heroísmo da ascensão (DURAND 2001:128). Ela é, assim, a nostalgia inata da verticalidade pura, do desejo de evasão para o lugar hiper ou supraceleste (DURAND 2001:130).

Um símbolo ascensional por excelência é a asa. Bachelard (2001) viu muito profundamente que a asa é já um meio simbólico de purificação racional. A asa é o atributo do voar, e as imagens relacionadas a ela remetem para o desejo dinâmico de elevação, de sublimação, de transcendência. Assim como a mancha moral é característica da queda, a pureza celeste é, assim, a característica moral do levantar vôo, representado, por exemplo, pelas asas das milícias celestes citadas no livro bíblico de Isaías (DURAND 2001:133). Em nossas imagens de fogos de artifício, aparecem morcegos, aviões, santos (São João, São Francisco) que são isomórficos dos anjos, como representação da asa.

Outro símbolo que substitui naturalmente a asa é a flecha. Nas imagens de fogos ela pode ser representada pelos foguetes espaciais, pelo carro de corrida ou pelos bonecos impulsionados por fogo. A altura suscita mais que uma ascensão: suscita, sobretudo, impulso, e o símbolo da flecha é uma amplificação deste (DURAND, 2001:134).

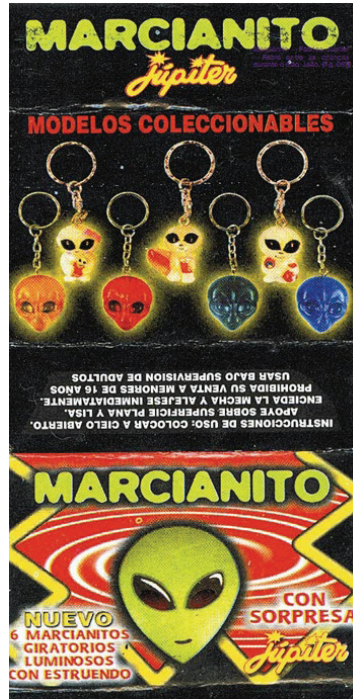


Figura 8 – Marcianito – Fábrica Júpiter – Febre entre as crianças durante o São João.

Como já citamos em outro capítulo, Mircea Eliade escreve que “o alto é uma categoria inacessível ao homem, como tal pertence por direito aos seres sobre-humanos”. As embalagens atuais têm tratado temas relativos ao espaço sideral, ao universo. Nessa perspectiva, incluímos neste mitema o “marciano”. Isto se justifica na medida em que consideramos o marciano como ser sobre-humano, que habita o “alto”. Assim queremos ter acesso a ele e às suas moradas celestiais. A figura do marciano também está associada a “disco voadores”, outra figura do voo. A idéia do marciano presente nas embalagens de fogos também nos remete a Balandier (1997:234) quando afirma que a ciência e as técnicas espaciais enriquecem os aportes que se acumulam contribuindo para formação do imaginário cósmico contemporâneo. O homem moderno adquiriu os meios de projetar e situar no espaço cósmico o que até recentemente estava colocado sobre o território da utopia. Não se limitando a localizar no espaço as odisséias do futuro, ele imagina povos completamente diferentes de todos os que compõem sua espécie, civilizações radicalmente outras e equipadas com máquinas que são de alguma forma a hipérbole de todas as que ele pode conceber e realizar. O homem contemporâneo manda para o espaço seus medos e suas angústias mais irredutíveis (BALANDIER, 1997:236-237). Portanto, o marciano está agregado aos símbolos ascensionais trabalhados neste mitema.

Mitema 3 – fogo luz (explosões de fogos, estrelas, raios, brilhos)

Nosso terceiro mitema trata das representações do fogo nas embalagens de fogos. Essas representações estão vinculadas aos símbolos de ascensão relatados no mitema anterior. Nesse mitema estão os fenômenos naturais luminosos, caso do raio-relâmpago, das estrelas, das explosões noturnas de fogos, conhecidas também como espetáculos de cor e luz e que, de certa forma, são a tentativa do homem de representar estrelas, cometas e outros astros celestes.

No que concerne às estrelas, seu caráter celeste faz com que elas sejam símbolos do espírito. Elas traspassam a obscuridade: são faróis projetados na noite. Tanto para o Antigo Testamento quanto para o Judaísmo, as estrelas obedecem e, eventualmente, anuncia as vontades de Deus. Portanto, elas não são criaturas puramente inanimadas, e daí foi um passo para que se começasse a ver na estrela o símbolo do anjo (CHEVALIER, 2003:404).

Uma idéia mítico-religiosa domina o hemisfério norte: a de que as estrelas são aberturas dispostas de modo a permitir a aeração do céu. Está implícita, também, numa expressão muito difundida do simbolismo do acesso ao céu através de uma porta estreita: alarga-se só por um instante, na pequena dimensão de uma estrela, e o herói deve aproveitar esse instante paradoxal para penetrar no Além (CHEVALIER, 200:406).

De acordo com a tradição islâmica, a estrela é também teofania, uma manifestação de Deus na noite da fé, para preservar de todas as ciladas do caminho que conduz a criatura em direção ao seu criador. Ela fulge, não apenas no céu físico, mas no coração do homem, obscurecido pelas paixões e mergulhado na noite dos sentidos (CHEVALIER, 2003:407). Essas e tantas outras tradições no mundo compartilham a idéia da estrela como símbolo de condução do homem ao céu.

Outra figura presente nas embalagens é o raio. Ele manifesta as vontades e o poder do deus supremo. Bipolar, ele simboliza de modo geral o poder criador e destruidor da divindade. De longa data, o raio é considerado como instrumento e arma divinos, principalmente entre as mãos de Zeus e Indra. É o fogo celeste de violência irresistível (CHEVALIER, 2003:765-766). Na iconografia das embalagens de fogos de artifício, a imagem do raio, está bastante associada ao poder de fazer fogo como os deuses.

O raio também corresponde à flecha, mas no sentido de flecha invertida que na descida sabe manter “velocidade e retidão”. Pela sua assimilação com o raio, a flecha acrescenta os símbolos da pureza aos da luz, a retidão e a instantaneidade vão sempre de par com a iluminação (DURAND, 2001:134). O que nos leva a outra característica do raio: a luminosidade.

Numerosas obras de arte de todas as áreas culturais apresentam raios ao redor do sol, auréolas e outras figuras semelhantes. Neste caso os raios simbolizam

uma emanção luminosa que se propaga a partir de um centro sobre outros seres. A associação do raio à luminosidade e à pureza está claramente representada nas embalagens que contêm imagens de santos. Como exemplo, o caso da imagem de São João Batista, bem tradicional: um menino segurando um cordeiro aparece com uma auréola luminosa à frente de um céu coberto de estrelas. Na tradição judaico-cristã, o cordeiro era o animal escolhido para o sacrifício de purificação dos pecados (BÍBLIA, Levítico 12:6, João 1:29), assim a imagem do cordeiro vem enfatizar a pureza e a santidade da criança iluminada.



Figura 9 – São João do Cordeirinho – Traques Confiança.

Encontramos também as explosões de fogos, muito comum nas embalagens destinadas a shows pirotécnicos. As explosões também têm velocidade e retidão, como os raios, e tentam reproduzir não só o efeito do produto, mas demonstram todo o poderio de fogo e de beleza. É a explosão não de elementos químicos combinados, mas de verdadeiros astros celestiais. E surgem com todo barulho e embevecimento que nos causam as manifestações da natureza.

Esse mitema é a combinação de vários aspectos do fogo luz, que está presente em várias embalagens – desde a das singelas “estrelinhas” para crianças até a das enormes caixas para profissionais da pirotecnia. Sejam estrelas, brilhos, raios, o simbolismo desse mitema é semelhante aos anteriores, inserindo-se nos símbolos ascensionais.

Mitema 4 – arco-íris (degradês de vários tons)

Encontramos com frequência este mitema. Os fabricantes não perdem a oportunidade de colocar fundos e detalhes em degradê, podendo variar de três a várias cores. Como, por exemplo, a passagem de cores entre o vermelho-amarelo-preto ou a escala de cores do arco-íris.



Figura 10 – O degradê é um recurso gráfico muito utilizado nas embalagens de fogs, representação simbólica do arco-íris.

Um detalhe importante é que a impressão do degradê só foi possível com a atualização das técnicas gráficas. Em 1950, não era possível se imprimir semitons nas embalagens de fogs, pois elas eram tradicionalmente impressas em litografia. Sendo um processo manual, levava-se em consideração fatores como tempo de impressão e custo, por isso eram usadas geralmente as cores primárias e secundárias, facilitando a produção.

O degradê é a passagem de uma cor a outra através da variação de tons. Podemos afirmar que matematicamente há uma infinidade de tons num degradê. A sensação que se tem é que ele não finda nos limites concretos da embalagem extrapolando para o além imaginário, numa sucessão infinita de tons. Teria então um significado de eternidade, da infinitude buscada pelo homem.

A associação mais comum do degradê é com o arco-íris. Ele é caminho e mediação entre a terra e o céu. É a ponte, de que se servem deuses e heróis, entre o Outro-Mundo e o nosso. Essa função é atestada em diversas culturas.

No Japão, por exemplo, é a escada de sete cores, através da qual o Buda torna a descer do céu. Reencontra-se a mesma idéia desde o Irã até a África, e da América do Norte até a China. No Tibet, o arco-íris não é propriamente a ponte, mas, sim, a alma dos soberanos que se eleva para o céu: o que leva, indiretamente, à noção de *Pontifex*, lugar de passagem (CHEVALIER, 2003:77).

Há culturas que associam, a um só tempo, a idéia de céu e ponte. Na Grécia, simbolizava as relações entre os deuses e os homens, uma linguagem divina. No esoterismo islâmico, o arco-íris é a imagem divina refletida no universo, pois é a imagem inversa do sol sobre o véu inconsistente da chuva (CHEVALIER, 2003:77).

O arco-íris seria, também, a reunião de metades separadas, a resolução, sinal da restauração da ordem cósmica e da gestação de um novo ciclo. De modo

mais explícito, a Bíblia faz do arco-íris a materialização da aliança (CHEVALIER, 2003:78). E disse Deus:

Eis aqui o sinal da aliança que vou fazer convosco, e com toda alma vivente que está convosco, em todo o decurso das gerações futuras para sempre. Eu porei o meu arco nas nuvens, e ele será sinal da aliança, que persiste ente mim e a terra. (Gênesis 9:12-17)

No entanto, o mito que mais se associa às festas juninas vem da mitologia Iorubá. Conta-se que Oxumaré não tinha simpatia pela chuva. Toda vez que ela reunia suas nuvens e molhava a terra por muito tempo, ele apontava para o céu ameaçadoramente com sua faca de bronze e fazia com que a chuva desaparecesse, dando lugar ao arco-íris. Era um rapaz muito bonito e invejado. Suas roupas tinham todas as cores do arco-íris e suas jóias de ouro e bronze faiscavam de longe. Oxumaré é considerado, nas religiões afras, o arco-íris, o deus-serpente que controla a chuva, a fertilidade da terra e, por conseguinte, a prosperidade propiciada pelas boas colheitas (PRANDI, 2001:228-229). Podemos ver nas festas juninas a ligação com o mito Iorubá através das práticas de fertilização da terra, da época de inverno onde a chuva se faz presente, e a representação do arco-íris no colorido das roupas, das bandeirinhas que enfeitam os arraiais, dos balões que sobem ao céu, e até mesmo das luzes dos fogos de artifício.

Porém, o arco-íris, como todo símbolo, tem para algumas culturas um significado negativo, mas não estão relacionadas às imagens das embalagens de fogos. Os fogos de artifício estão associados às celebrações, às festas que comemoram os mais variados motivos, sejam religiosas ou mundanas. Assim, o arco-íris presente na iconografia pirotécnica se traduz pelos simbolismos apresentados: é a ponte para o outro mundo, a conexão com os céus e com os deuses, e traz também a idéia de busca pela eternidade, pela imortalidade da alma.

Imagens – década 1950

Mitema 1 – noite (preto, marinho)

Da mesma forma que nas embalagens da década de 2000, a representação da noite consta em praticamente todas as embalagens da década de 1950. Na maioria das vezes com um fundo preto ou azul-marinho.

Como nos anos 2000, a essência da noite nas embalagens de 1950 é a mesma. Ela não é tenebrosa e obscura, mas domesticada e vencida pelo fogo, principalmente nas festas juninas, pois a representação da noite nesse período tem

suas próprias características. Tentaremos aqui voltar no tempo e entender como a noite era sentida naquela época.

Sabemos que os anos 1950 foram anos de pós-guerra: o mundo e o Brasil tentavam se recuperar da escassez com um incremento industrial. Porém, em áreas como o nordeste brasileiro, esse crescimento econômico sempre chegou com anos e anos de atraso. É possível imaginar que naquele período a iluminação das cidades era parca, tudo era mais distante e muitas vezes a luminosidade que reinava era o luar.

São essas imagens que se destacam nas embalagens de fogos desse período: noites tranqüilas e iluminadas pelas fogueiras, a família junta no terreiro. Durante as festas juninas, podemos imaginar as crianças com suas bombinhas e estrelinhas procurando a penumbra pra ver melhor o seu brilho encantador.

Provavelmente essa é uma visão romantizada, mas naqueles tempos a escuridão podia ser a hora da paz e tranqüilidade, a hora do sono reparador, das conversas sob o lampião ou em torno da fogueira. Talvez o sentimento de finitude fosse minimizado pelas horas tranqüilas proporcionadas pela escuridão. Nesse sentido, percebemos que as pessoas do campo, onde as tradições e festas agrárias são mais fortes, têm uma relação menos assombrada com a morte. É comum no interior as pessoas tirarem fotografias junto de seus mortos, para guardar como lembrança.

Porém, não podemos esquecer que as festas juninas de hoje são herança destes tempos distantes, de culturas agrárias. A forma e o lugar de se festejar podem ter mudado, mas as festas continuam a ter seu caráter ritual de alegria, de gente reunida para celebrar a vida.

Mitema 2 – fogo-luz (estrela, raio, brilho, chuva, nomenclatura)

A representação da noite nos leva ao mitema seguinte: a representação da luz. Apesar dos símbolos deste mitema serem encontrados também na década de 2000, nas embalagens de 1950 estão elementos que enfatizam mais a luminosidade, como veremos. Visto que já falamos do simbolismo da estrela e do raio, trataremos aqui mais de seu aspecto luminoso em conjunção com os outros símbolos desse mitema.

Falamos acima sobre a noite. A luz é relacionada com a obscuridade para simbolizar os valores complementares ou alternantes. Sua significação é que, assim como acontece na vida humana em todos os seus níveis, uma época sombria é seguida, em todos os planos cósmicos, de uma época luminosa, pura, regenerada. O simbolismo da saída das trevas se encontra nas mitologias da morte, do drama vegetal (semente enterrada, trevas de onde sairá uma planta nova) ou na concepção dos ciclos históricos (CHEVALIER, 2003:567).



Figura 11 – Vesúvio Brillante – Fogos Adrianino, déc. 1950 – Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Não poderia haver significado mais intenso. Vimos que a década de 1950 foi precedida por uma das piores guerras da humanidade. A essa época sombria se seguiu um período de busca pela “luminosidade”. Luminosidade em todos os seus aspectos simbólicos: crescimento econômico, busca da paz, expurgação da miséria, etc. As embalagens desse período demonstram essa busca, principalmente pelas nomenclaturas dos produtos. Lápis Elétricos [imagem 16], Vesúvio Brillante [imagem 29], Fonte de Pérolas [imagem 18], Chuva de Prata [imagens 07 e 08], Bastões Luminosos [imagens 03 e 04], entre outros, são alguns dos nomes usados pelos fabricantes para revelar o anseio de luz daquele período.

A luminosidade tem significado importante na década de 1950. A energia elétrica era privilégio de poucos. As pessoas comuns desejavam essa luz, como também a luz do conhecimento e da modernidade.

O luminoso é isomórfico do celeste. Diz Durand (2001:147) que o luminoso, o solar, o puro, o branco, o real, o vertical convergem numa mesma constelação simbólica. Dessa forma, a luz seria símbolo da reordenação da vida, da vitória sobre o caos e a morte implantados pela guerra, da ascensão das trevas da ignorância para um novo mundo de conhecimento.

Seguindo nossa temática da luz encontramos um elemento interessante: a água. Vários fogos têm a representação da água que jorra (Chuva de Prata [imagens 07 e 08], Fontes Maravilhosas [imagem 19], Fontes Orientais [imagem 20], Lágrimas de Salão [imagem 23]). A chuva é universalmente considerada o símbolo das influências celestes recebidas. Ela fecunda a terra, mas é também a fertilidade do espírito, a luz, as influências espirituais.

No mito grego de Dânae, encerrada por seu pai em uma câmara subterrânea de bronze para não se arriscar a ter filho, ela recebe a visita de Zeus, sob forma de chuva de ouro, que penetra por uma fenda do teto, do qual ela se deixa engravidar. Simbolismo sexual da chuva considerada esperma e o simbolismo agrário da vegetação,

que tem necessidade da chuva para se desenvolver, reúnem-se estreitamente aqui. O mito lembra igualmente os pares luz-treva, céu-inferno, ouro-bronze, que evocam a união de contrários, origem da fecundidade (CHEVALIER, 2003:236).

Bem sabemos que o Brasil nos anos 1950 ainda era um país predominantemente agrário e as festas agrárias, quando utilizam os fogos de artifício, como o São João, são períodos de colheitas ou de preparação do solo. Não seria difícil associar as diversas imagens de “chuvas” de luz sendo derramadas no solo, a uma purificação e fertilização da terra.

Percebemos, então, que apesar de se utilizar termos relacionados à água, não estamos falando de suas propriedades físicas. Trata-se de uma imagem metafórica para o fogo. É o aspecto fluido da água associado ao efeito dos fogos. E essa associação se dá porque, neste caso, o aspecto enfatizado é o fogo-luz, e não o fogo incinerador. Os termos como prata e pérola adjetivam o efeito luminoso dos fogos “frios”. Sabendo que neste caso o “frio” significa um efeito visual, e não físico.

Portanto, os símbolos desse mitema contêm a mesma essência dos símbolos de ascensão encontrados na década de 2000. O dualismo céu-terra, homens-deuses, continua presente, mas com o sentido apropriado ao contexto histórico em que estão inseridos.

Mitema 3 – crianças (crianças, personagens infantis)

Nosso terceiro mitema é o personagem da criança e outros relacionados ao universo infantil. A figura da criança surge com intensidade nas embalagens de fogos da década de 1950.

Infância é o símbolo da inocência: é o estado anterior ao pecado e, portanto, o estado *edênico*¹, simbolizado em diversas tradições pelo retorno embrionário, em cuja proximidade está a infância. Para o taoísmo, a infância também é símbolo de simplicidade natural, de espontaneidade. A criança é espontânea, tranqüila, concentrada, sem intenção ou pensamentos dissimulados. Esse mesmo simbolismo é empregado na tradição hindu, é o estado prévio à obtenção do conhecimento (CHEVALIER, 2003:302).

A idéia de infância é uma constante nos ensinamentos evangélicos e de toda uma parte da mística cristã, como se vê no livro de São Mateus (13:3):

Em verdade vos digo, se não mudardes e não vos tornardes como as crianças, de modo algum entrareis no Reino dos Céus.

1 Estado de retorno ao Éden, primórdio do homem.

Aliás, na tradição cristã, os anjos são muitas vezes representados como crianças, em sinal de inocência e de pureza (CHEVALIER, 2003:302). E o inverso também ocorre, quando vemos nas procissões crianças vestidas de anjos.

Como vimos no mitema anterior, a chuva é um elemento que vem do céu para fertilização e purificação da terra. Nas imagens analisadas observamos que a criança é quem derrama a “chuva” luminosa na terra. A princípio, as figuras têm por objetivo demonstrar o uso do produto, mas numa segunda leitura podemos dizer que essas imagens representam o que as crianças faziam na prática, quando soltavam esses fogos. E a contribuição delas nos rituais agrários de fecundação da terra.

Na década de 1950, a maioria dos fogos criados era direcionada para as crianças – elas sempre foram consumidoras fiéis. Por consequência, elas se tornaram temática freqüente, com as quais as próprias crianças se identificavam. Participando das festas, cumpriam a tradição da veneração ao fogo, dos rituais de fertilização da terra e de luta contra as trevas.

Outros elementos interessantes surgem nas embalagens e são ligados ao universo infantil. Caso do universo mágico dos contos. Aparecem figuras de magos, tanto da cultura ocidental como oriental. Essas figuras são compatíveis com a idéia de poder. A mágica é uma forma de poder. Na medida em que seguram a chuva luminosa, eles “derramam” seu poder sobre a terra. Os magos, como as crianças, fazem parte do mesmo universo de pessoas selecionadas, escolhidas para a missão da purificação, pois possuem a característica divina de trazer as bênçãos do céu. São isomórficas em seu simbolismo.

Mitema 4 – cenário (posturas, paisagens, vestuário)

Este mitema é composto pela postura dos personagens, vestuário e paisagem onde estão inseridos. Estes três aspectos do cenário aparecem em combinação ou sozinhos, mas são freqüentes nas embalagens da década de 1950 e juntos formam um mitema.

A primeira característica que observamos é a postura. Nas embalagens onde há personagens, a maioria deles apresenta-se em pé, segurando um bastão, seja na lateral, seja apontando para o alto. Em geral estão olhando para o brilho que sai do bastão que estão segurando. Há um personagem interessante nesse caso: o escoteiro. Ele aparece em várias embalagens sempre na mesma posição, segurando um bastão para o alto.

Os escoteiros eram jovens associados em grupos religiosos que se propunham a uma educação semelhante à militar, com princípios de honestidade, honra e amor à pátria. Nos anos 1950, surgiram muitos grupos de escotismo, e esses jovens eram respeitados na sociedade por seu caráter honrado e sua disciplina.

Eram jovens educados nos princípios religiosos, valorizando o companheirismo e a atuação na sociedade. Assim, a figura do escoteiro utilizada nas embalagens de fogos, transmitia a segurança necessária para o uso do produto e a credibilidade do fabricante perante o público.



Figura 12 – O escoteiro – Fogos Adrianino, dec. 1950. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Mesmo sem existirem leis e regras para os fogos de artifício naquela época, alguns fabricantes se preocupavam com a segurança e imprimiam instruções de uso pedindo ao consumidor que observasse a figura. Mesmo nesses casos, encontram-se as figuras das crianças. Nas embalagens em que aparecem em grupo, há sempre uma criança mais velha que ascende os fogos enquanto as pequenas observam ou, quando sozinha, ela é mostrada de lado, com o braço esticado para mostrar a forma mais segura de soltar os fogos. Dessa forma, a imagem do escoteiro e das crianças assinalavam a responsabilidade, a disciplina e a obediência que as crianças deveriam ter ao usar os fogos. De certa maneira, a repetição contínua dessa postura indica uma forma ritual de soltar os fogos, se integrando à forma de acender fogueiras, de cozinhar os alimentos típicos e tantos outros rituais que ocorrem durante as celebrações, principalmente nas festas juninas.

O segundo ponto é o vestuário. Já vimos no capítulo anterior que nos anos 1950 a moda se voltou muito para o universo feminino. Mas o vestuário que nos interessa no momento é o infantil. Com o surgimento, nessa década, de várias novas fibras artificiais, de tecidos que não amarrotavam e de fechos mais simples

para as roupas, as crianças deixaram de usar os modelos copiados das roupas dos adultos, para usar peças mais leves, simples e menos restritivas (TAMBINI, 1997).

Mudanças sutis começaram a ocorrer, e as roupas infantis passaram a se basear nos adolescentes, que haviam se tornado uma importante força de trabalho nos anos 1950. Usavam seus primeiros salários para mostrar independência, adquirir roupas, discos e acessórios associados à nova cultura *pop* (TAMBINI, 1997).

Mas a roupa infantil tem um diferencial quando falamos de festas tradicionais. As roupas eram mais formais, os meninos usavam calças curtas e camisas de tecido e botão, cabelos bem cortados e penteados. As meninas, vestido de manga, com saia rodada e laço no cabelo. As sandálias (tipo alpargatas) eram populares tanto para meninas quanto para meninos, calçadas com meia. Toda essa vestimenta simbolizava o momento especial representado pela festa, era o momento de reverência ao sagrado, de se apresentar perante a sociedade e perante as divindades.

A boa vestimenta era também uma forma de respeito por si e pelos outros participantes, fazendo parte dos nossos rituais até os dias de hoje. As mães mais humildes por vezes usavam suas roupas antigas, para que suas crianças tivessem roupas novas e participassem das festas dignamente. É essa imagem respeitosa que se apresenta nas embalagens de fogos. Crianças arrumadas com suas roupas novas, preparadas para as festas e os rituais.

Nosso terceiro aspecto do cenário é a paisagem. Nem todas as embalagens apresentam uma paisagem desenhada. Na maioria das vezes, temos apenas um fundo negro ou similar que representa a noite. Mas, nas embalagens onde há paisagem, há características comuns entre elas.

Em primeiro lugar, a paisagem está sempre distante; e o personagem, em primeiro plano. Ao fundo, geralmente se estabelece a casa ou a vila onde o personagem está inserido. A idéia que essas paisagens passam é de lugares distantes, como o campo, ou cidades do interior. É comum no imaginário urbano representar o campo, o interior, como lugar de tradição. Lugar onde as pessoas levam sua religiosidade e seus rituais com seriedade. Onde as festas são realizadas com mais gosto pelos participantes.

Nesse mitema, então, temos a conjunção de posturas, de vestuários e paisagens que representam as tradições do campo, de uma época em que o Brasil ainda tinha uma economia baseada na agricultura. Tempo em que a forma de se apresentar perante a comunidade revelava uma formalidade religiosa.

Mas tal formalidade encontra seu oposto nas comemorações que seguem após a parte religiosa que precede os festejos. Assim, o ciclo se completa. A formalidade religiosa cede espaço à alegria e espontaneidade do fogo, à liberdade das danças, das conversas, das comilanças. Já não importa a roupa amarrotada após as brincadeiras, e sim as explosões, as risadas, os olhos brilhando com toda beleza que um espetáculo pirotécnico pode causar.

Primeira avaliação

A partir dos mitemas encontrados nas imagens das embalagens de fogos de artifício, observamos um conjunto de símbolos que, mesmo aparentando diferenças entre si, convergem para um simbolismo homogêneo. A temática é o *caminho para o alto*. Por “alto”, podemos tomar o sentido além da elevação, o sentido da vitória contra o tempo, contra a dureza da vida cotidiana. Os símbolos encontrados na iconografia pirotécnica e as festas juninas, conjuntamente, continuam a representar a vontade do homem de transcender as barreiras da mortalidade física, de ascender às moradas celestiais, seja a bordo de um foguete ou num corpo etéreo, como a alma.

As embalagens atuais nos mostram que o tudo se presta à exploração do imaginário: o que aparece, o que já parece conhecido, e, sobretudo, o que está por se conhecer. O homem adquiriu avanços técnicos; lançar um foguete ao espaço sideral é semelhante a invadir os genes para retardar o envelhecimento do corpo. Ambos invadem territórios desconhecidos (o espaço e o corpo humano) na tentativa de conhecer a melhor maneira para preservar a nossa espécie. Assim, o homem contemporâneo adquire possibilidades incomparáveis de escapar, pela imaginação alimentada de aportes científicos e técnicos, de sua condição terrestre.

Mas a característica singular dos símbolos pirotécnicos é a sua associação com as celebrações. É comemorando, festejando e soltando fogos que o homem vence a batalha diária de luta pela preservação da vida, dos seus valores, das suas tradições. Porque imortalizar as tradições é imortalizar aqueles que as criaram. O homem comum não tem acesso aos foguetes e à genética, sua arma está na festa, está no ritual que repetido ano após ano, vira memória “concreta”. Sua arma é o fogo ritualizado que explode nas noites festivas, vencendo o tempo devorador.

Algo mais...

Podemos observar que nas embalagens atuais, as temáticas são mais universais. Isto se dá pela invasão dos artigos importados de países como a China e Alemanha. As embalagens de 1950 eram produzidas artesanalmente aqui e retratavam mais aspectos da cultura brasileira, das festas juninas, como exemplo as roupas usadas na época. Segundo o Sr. Paulo Cascão, proprietário do Bazar Guarany², os fabricantes da década de 1950 tinham uma diversificação de fogos para crianças muito maior que hoje em dia. As grandes fábricas de Minas Gerais, quando surgiram, trabalhavam apenas com fogos de tiro, que eram bastante exportados.

2 Tradicional casa de artigos pirotécnicos. Fundada há mais de 50 anos no centro do Recife.

Com a falência de grandes fábricas como a Adrianino e a Caramuru, o mercado sofreu uma lacuna de fogos infantis durante anos, que só voltou a ser preenchida com a importação dos fogos chineses. Segundo Sr. Paulo, a indústria brasileira de fogos infantis (normalmente os mais ilustrados) só se interessou por esse mercado quando novas fábricas, patrocinadas com tecnologia e capital estrangeiros tomaram conta dessa fatia. Porém, mesmo quando as fábricas brasileiras retomaram a produção dos fogos infantis, a temática das embalagens tornou-se a mesma utilizada pelos estrangeiros. “*As fábricas brasileiras tiveram que se adequar, ou então iam fechar, iam quebrar*”, diz Sr. Paulo.

Outra grande mudança nas embalagens é o fator segurança. As leis e regras destinadas à fabricação de artigos pirotécnicos são rígidas e regulamentadas pelo Exército Brasileiro, grande consumidor de fogos de tiro, para treinamento do seu contingente. O Sr. Paulo alega que hoje se investe muito na cartonagem, na maneira de expor e armazenar os fogos, mudando inclusive o papelão, para maior proteção do produto. Em suas palavras:

Hoje eles passam mais a responsabilidade para o usuário, por conta da lei do consumidor. Nesses fogos maiores de mão, criaram uma base para por no chão. Se amanhã você perder uma mão, perder um dedo, não pode reclamar deles, porque na caixa tem explicando como é pra soltar.

Nos anos 1950, essa preocupação com a segurança já era aparente nas embalagens (exemplo do Escoteiro), mas hoje as empresas imprimem nas laterais e no fundo gráficos modernos demonstrando o funcionamento do produto, principalmente no caso dos fogos para adultos.

Durante nossa pesquisa de campo, quando entrevistamos oito barraqueiros de fogos no São João de 2004, no bairro da Torre, uma das questões era: o que mudou nas festas juninas de antigamente para as de hoje? A resposta a essa questão foi quase unânime em apontar a violência. Os barraqueiros alegaram que a violência tem se tornado um fator de destruição das tradicionais festas juninas, especialmente nos centros urbanos. Dona Joselita Pereira, barraqueira há mais de 15 anos, diz:

A festa de antigamente você vivia na rua. Era uma festa mais sadia, hoje em dia a gente não tem mais esse direito de ir pra uma praça ver uma quadrilha. A gente tem medo até de chegar em casa.

Porém “*os sons de uma grande cidade não implicam, necessariamente, o calar dos sons pertencentes à tradição, pois nesse hibridismo se busca encontrar formas confiáveis de sociabilidade*” (CACLINE, 2000). Apesar da violência e da

pessimista imagem que ela traz aos barraqueiros, o povo sabe transformar, modernizar e adequar suas tradições à nova realidade. A festa deixa de ser essencialmente do arraial e invade parques, praças, shoppings e clubes (SANTANA SILVA, FESTEJOS, 2002:17). Para os recifenses, os festejos juninos têm espaço garantido nos pólos de animação localizados no Marco Zero, na Rua da Moeda, no Pátio de São Pedro e no Sítio da Trindade. Nos bairros dos subúrbios e da Região Metropolitana, são instalados palhoças e arraiais onde acontecem concursos de quadrilhas e são repetidas todas as outras tradições: comidas da época, fogos, fogueiras, procissões em louvor a Santo Antônio, São João e São Pedro, e os ritmos do forró, coco e arrasta-pé (SILVA, FESTEJOS, 2002:35).

A violência já começa a ser percebida também nas imagens das embalagens. Dentre as embalagens que analisamos, apresentavam-se em pequeno número algumas figuras como monstros e múmias. A TV é um dos grandes veículos desse tipo de figura, através dos desenhos animados, atentando para os *animés*³ japoneses, com fãs entre as crianças e adolescentes no mundo todo. Essas figuras são encontradas mais facilmente nos fogos importados ou fabricados por empresas chinesas.



Figura 13 – Muitas das embalagens atuais são inspiradas, entre outras coisas, nos desenhos japoneses. Abaixo, personagem de *manga* (quadrinho japonês) e embalagem Baby Flash – Fogos Júpiter.

A idéia da TV como condutor da violência é compartilhada pelos comerciantes do Bazar Guarany e do Bazar Caramuru. Para eles, as imagens de monstros vêm daquilo que as crianças assistem hoje na TV e são produtos que vedem bem. Célia Santos, vendedora do Bazar Caramuru há quase 15 anos, declara:

Acho que é devido aos filmes que passam na televisão. Que hoje em dia os filmes infantis são todos assim, esses monstros, essas coisas feias. Aí, eles

3 Desenho de animação derivado das histórias em quadrinhos japonesas, que inclui em algumas tramas figuras de monstros que tanto podem ser vilões como heróis.

estão utilizando isso para chamar atenção das crianças, porque realmente as crianças se envolvem com esses dinossauros, esses marcianos.

Se a violência tenta nos levar ao isolamento, não nos impedirá, porém, de soltar fogos de artifícios como parte dos rituais juninos. Novas tecnologias, como os fogos alemães, chamados *fogos frios*, que não queimam, já são comercializados como alternativa para quem prefere manter a tradição em ambientes fechados (como os salões e clubes), sem o perigo de incêndio ou queimaduras.

Acreditamos que nosso trabalho tenha cumprido com seus objetivos. Colocamos a descoberto os símbolos que regem as imagens de fogos e suas relações com as festas de junho e com a cultura brasileira. Expusemos os mitos e fatos que regem o universo desse fogo-luz, chama simbólica que reina em nossas noites festivas, em nossos espíritos, desvelando lembranças de cheiros, sabores, sensações... Cumpriu também seu papel de revelar que as produções gráficas comerciais, como as embalagens, não são apenas objetos descartáveis de consumo: como a arte, elas também revelam as nossas visões de mundo, nossos gostos, nossos desejos, nos ensinando a valorizar e a guardar nossas criações, suprimindo o anseio de eternidade, em demonstrar para as futuras gerações que um dia estivemos aqui e produzimos coisas maravilhosas.

Bibliografia

BACHELARD, Gaston. **O Ar e os Sonhos – Ensaio sobre a imaginação do movimento.** 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

_____. **A Chama de uma Vela.** 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

_____. **A Psicanálise do Fogo.** 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

BALANDIER, Georges. **O Contorno – Poder e Modernidade.** São Paulo: Bertrand Brasil, 1997.

BARDI, P. M. **Excursão ao Território do Design.** Arte e Cultura IX. Banco Sudameris Brasil S.A. 1986.

BARTHES, Roland. **Mithologies.** Paris: Leseuil, 1957.

BENJAMIM, Roberto. **Ciclo junino.** Recife: Prefeitura da Cidade do Recife, 1987.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política – Ensaio sobre Literatura e História da Cultura.** 10. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.

BRUNEL, Pierre. **Dicionário de Mitos Literários.** Verbete: Prometeu. 2. ed. Rio de Janeiro: José Olympio / Brasília: UNB, 1998.

BULFINCH, Thomas. **O Livro de Ouro da Mitologia: histórias de deuses e heróis.** 10. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2000.

- CALVINO, Ítalo. *As Cidades Invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CANCLINE, Nestor Garcia. *Culturas Híbridas*. São Paulo: Edusp, 2000.
- CANEVACCI, Massimo. *Antropologia da Comunicação Visual*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.
- CARVALHO, Kelly. *Vida Moderna*. In: *AU – Arquitetura e Urbanismo*. Ano 17, nº 102, junho/julho 2002.
- CASSIRER, Ernst. *Antropologia Filosófica – Ensaio sobre o Homem*. São Paulo: Editora Mestre Jou, 1977.
- CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. *Dicionário de Símbolos*. 18. ed. Rio de Janeiro: José Olympio, 2003.
- COSTA E SILVA, Sophia de O. *Embalagens de Fogos de Artifício*. Projeto de Graduação, UFPE. Recife, 1999.
- DONDIS, A. *Sintaxe da Linguagem Visual*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- FOGO. In: *Dicionário Internacional de Teologia do Novo Testamento*. São Paulo: Edições Vida Nova, 1982.
- DURAND, Gilbert. *Campos do Imaginário*. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.
- _____. *As Estruturas Antropológicas do Imaginário*. 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- _____. *A Imaginação Simbólica*. Tradução: Carlos Aboim de Brito. Lisboa: Edições 70, 1979.
- _____. *O Imaginário – Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem*. 2. ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2001.
- _____. *Mitolusismos de Lima de Freitas*. Lisboa: Galeria Gilde / Perspectivas & Realidades, 1987.
- _____. *Mito, Símbolo e Mitologia*. Lisboa: Presença, 1981.

- _____. **Mito e Sociedade – A Mitanálise e a Sociologia das Profundezas**. Lisboa: A Regra do Jogo, 1983.
- ELIADE, Mircea. **Tratado de História das Religiões**. Lisboa: Cosmo, 1977.
- _____. **Imagens e Símbolos – Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso**. São Paulo: Martins Fontes, 1991.
- EMBALAGEM, arte e técnica de um povo: um estudo da embalagem brasileira. São Paulo: Toga, 1985.
- BARRETO, José R. P.; PEREIRA, Margarida, M. de S. (orgs.). **Festejos Juninos: uma tradição nordestina**. Recife: Nova Presença, 2002.
- FRAZER, James George. **Mitos Sobre el Origen Del Fuego en America**. 2. ed. Buenos Aires: Emecé, 1942.
- GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.
- _____. **O Saber Local – Novos ensaios em antropologia interpretativa**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997.
- JAFFÉ, Aniela. **O Mito do Significado na obra de C. G. Jung**. 10. ed. São Paulo: Cultrix, 1995.
- JUNG, Carl Gustav. **O Homem e Seus Símbolos**. 14. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1996.
- LAPLANTINE, François. **Aprender Antropologia**. Tradução: Marie-Agnès Chauvel. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- LEVI-STRAUSS, Claude. **Mito e Significado**. Lisboa: Edições 70, 2000.
- _____. **Antropologia Estrutural I**. 5 ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1996.
- LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador – As Origens da Moderna Tipografia Brasileira**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1997.
- MAUSS, Marcel. **Ensaio Sobre a Dádiva**. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: EPU, 1974.

- MEMÓRIA DE PEDRA – Edição litográfica da Oficina Guaianases de Gravura. Olinda: 1984.
- MESTRINER, Fabio. *Design de Embalagem – Curso Básico*. Makron Books, 2001.
- MORIN, Edgar. *Amar, Poesia, Sabedoria*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.
- _____. *Cultura de Massas no Século XX, V. 1 Neurose*. 9. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.
- _____. *Os Sete Saberes necessários à Educação do Futuro*. 4 ed. São Paulo: Cortez; Brasília, DF: Unesco, 2001.
- MOURÃO, Ronaldo R. de F. *O Livro de Ouro do Universo*. 3. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.
- ROCHA PITTA, Danielle P. *Arte e Simbolismo em Pernambuco*. Inédito, 1987.
- _____. *Imaginário, Cultura e Comunicação – Métodos do Imaginário*, Inédito, 1995.
- _____. *Iniciação à Teoria do Imaginário de Gilbert Durand*. Inédito, 1995.
- PRANDI, Reginaldo. *Mitologia dos Orixás*. 5. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.
- PRESTES, Maria Luci de Mesquita. *A Pesquisa e a Construção do Conhecimento Científico*. 1. ed. – São Paulo: Respel, 2002.
- RAMNOUX, Clémence. *Mitológica do Tempo Presente*. In: *Atualidade do Mito*. São Paulo: Duas Cidades, 1977.
- REZENDE, Antônio Paulo. *Rumos da História: história geral do Brasil*. São Paulo: Atual, 2001.
- SOUTO MAIOR, Mario; VALENTE, Waldemar. *Antologia Pernambucana de Folclore*. Recife: Fundaj / Massangana, 1988.
- TAMBINI, Michael. *O Design do Século*. São Paulo: Ática, 1997.

VERDET, Jean-Pierre. *The Sky – Order and Chaos*. London: Thames and Hudson, 1992.

VON FRANZ, Marie-Louise. *Alquimia – Introdução ao Simbolismo e à Psicologia*. 9. ed. São Paulo: Cultrix, 1993.

_____. *A Interpretação dos Contos de Fadas*. São Paulo: Edições Paulinas, 1990.

A MAGIA DOS FOGOS DE ARTIFÍCIO. Documentário audiovisual. Roteiro e Direção: John N. Borst. Produção: John N. Borst e Peter B. Good. (exibido no canal *People&Arts [BBC de Londres]* em 2003).

MÃOS À OBRA: FOGOS DE ARTIFÍCIO. Documentário audiovisual. Apresentação: Ron Howard. Produção *Travel Channel*. (exibido no canal *History Channel* em 2003).

Referências de internet

50 ANOS DO BNDES. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/livro50anos/Livro_Anos_50.PDF>. Acesso em: 26 outubro 2010.

DICIONÁRIO de Língua Portuguesa – PRIBERAN. Disponível em: <<http://www.priberam.pt>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

Documentação e História – Contexto de época. Disponível em: <<http://www.artbr.com.br/casa/>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

DUCLÓS, Miguel Lobato. O mito de Prometeu e Epimeteu segundo Ésquilo, Hesíodo e Platão. Disponível em: <<http://www.consciencia.org>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

EL POPOL-VUH. Disponível em: <<http://www.literaturaguatemalteca.org/popol.html>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

FESTAS JUNINAS. Corujando Dia e Noite. Disponível em: <http://www.corujando.com.br/arquivo/festa_junina.html>. Acesso em: 26 outubro 2010.

GARCIA, Cláudia. A Época da Feminilidade. Disponível em: <<http://almanaque.folha.uol.com.br/anos50.htm>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

HISTÓRIA e arte gravadas em pedra. Escola de Belas Artes – UFMG Disponível em: <<http://www.eba.ufmg.br/acontece/noticias/20040218no-litografia.html>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

MARTINS, Floriano. **Popol-Vuh**, *Storm Magazine*. 11. ed. Abril/Maio, 2003. Disponível em: <<http://www.storm-magazine.com>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

NEVES, Josélia. **Reflexões sobre a Ciência do Imaginário e as contribuições de Durand: um olhar iniciante**. Labirinto – Revista Eletrônica do Centro de Estudos do Imaginário da UNIR. Disponível em: <<http://www.cei.unir.br/artigo23.html>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

POP ART. História da Arte. Disponível em: <<http://www.historiadaarte.com.br>>.

Prometeu – Notícias de Universidades e Centros de Pesquisa. Disponível em: <<http://www.prometeu.com.br/duvidas.asp#1>>. Acesso em: 26 outubro 2010.

Anexo 1

Imagens analisadas – 1950 (acervo da Fundação Joaquim Nabuco)



Figura 01



Figura 02



Figura 03



Figura 04



Figura 05



Figura 06



Figura 07



Figura 08



Figura 09



Figura 13



Figura 14



Figura 10



Figura 11



Figura 15



Figura 16



Figura 12



Figura 17



Figura 20



Figura 21



Figura 18



Figura 22



Figura 19



Figura 23



Figura 24



Figura 25



Figura 26



Figura 27



Figura 28



Figura 29

Anexo 2

Imagens analisadas – 2000 (imagens coletadas no comércio)



Figura 01



Figura 03



Figura 04



Figura 02



Figura 05



Figura 06



Figura 11



Figura 07



Figura 08



Figura 12



Figura 09



Figura 13



Figura 10



Figura 14



Figura 15



Figura 20

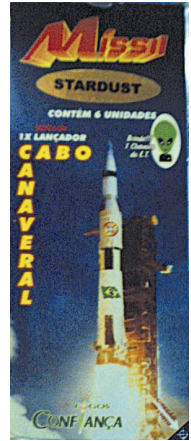


Figura 21



Figura 16



Figura 17



Figura 22



Figura 18



Figura 19

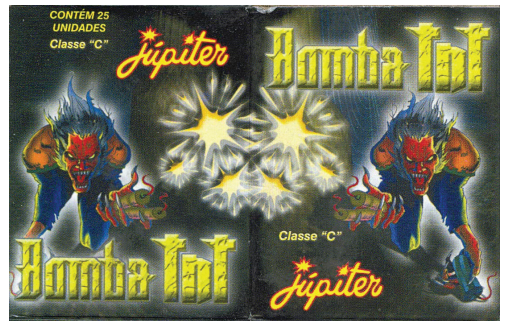


Figura 23



Figura 24



Figura 28



Figura 25



Figura 29

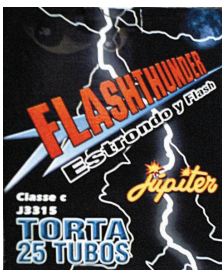


Figura 26



Figura 27



Figura 30