

AS TRANSFIGURAÇÕES MÍTICAS: DOS CLÁSSICOS AOS DIGITAIS

Lucas Pereira
Damazio*
Reginaldo Osnildo**

Resumo: Com o intuito de encontrar semelhanças entre a construção dos mitos e as técnicas e as tecnologias do imaginário utilizadas para tal, este artigo se propõe a analisar as transfigurações míticas do divino e do heroico em três períodos históricos: na antiguidade clássica dos mitos gregos, na moderna época dos mitos hollywoodianos e nos interativos mitos da era tecnológica, os mitos digitais que nascem no Youtube. Para isso, explica-se o que é mito e quais os impactos do mitológico no cotidiano do homem, delineando os pré-requisitos para o nascimento do clássico e do moderno. Na sequência, são dispostos os procedimentos metodológicos e a análise comparativa que permite a reflexão sobre as particularidades que criam uma aura mítica na figura do youtuber Felipe Neto, objeto de análise escolhido.

Palavras-chave: Mito. Digital. Transfigurações.

Abstract: This article proposes to analyze the mythical transfigurations of the divine and the heroic in three historical periods: in the classical antiquity of the Greek myths, in the modern world of Hollywood myths and in the interactive myths of the technological age, the digital myths that are born in Youtube. This explains what is myth and what are the impacts of the mythological in the daily life of man, outlining the requirements for the birth of the classic and the modern. In the sequence are arranged the methodological procedures and the comparative analysis that allows the reflection on the particularities that create a mythical atmosphere in the figure of youtuber Felipe Neto, object of chosen analysis.

Keywords: Mith. Digital. Transfigurations.

*Universidade do Sul de Santa Catarina – Unisul
Tubarão, SC, Brasil.
Doutorando em Ciências da linguagem pela –
Unisul
Tubarão, SC, Brasil.
E-mail: lucas_damazio722@hotmail.com

** Universidade do Sul de Santa Catarina –
Unisul
Tubarão, SC, Brasil.
Mestrando em Ciências da linguagem pela –
Unisul
Tubarão, SC, Brasil.
E-mail: reginaldo.osnildo@unisul.br
DOI: 10.19177/memorare.v5e1201897-116



REVISTA
MEMORARE

 UNISUL
www.portaldeperiodicos.unisul.br
ISSN 2358-0593

1. Introdução

Mesmo que as histórias de caráter mitológico sejam – ou pareçam ser – arbitrarias, sem significado, absurdas, Lévi-Strauss (1987, p. 15) aponta que “elas emergem em todas as partes e, como poucas, carregam consigo uma simbologia com o poder de motivar e de criar crenças nos indivíduos”. Elas são, nas palavras de Campbell, Moyers e Flowers (1990, p. 17), “pistas para as potencialidades espirituais da vida humana”, sonhos arquetípicos do mundo, sonhos que falam como reagir em crises de fracasso ou em situações de sucesso. Os mitos, conforme sugerem os autores (1990), destinam-se à instrução espiritual dos seres humanos. Eles são o caminho para se encontrar em meio aos movimentos do mundo. O mito, na percepção de Cassirer (2003, p. 63), “não pode ser descrito como uma simples emoção, porque é a expressão de uma emoção”. Para o autor (2003, p. 66), “o homem descobriu um novo modo de expressão: a expressão simbólica. É esse o denominador comum em todas as atividades culturais: no mito e na poesia, na linguagem, na arte, na religião e na ciência”. Por sua vez, Campbell, Moyers e Flowers (1990, p. 44) reforçam que “cada indivíduo deve encontrar um aspecto do mito que se relacione com sua própria vida”.

Neste sentido, tem-se em conta que o viver do homem, segundo Cassirer (1977), não se situa em um universo puramente físico, mas em complemento com o universo simbólico. De modo que “a linguagem, o mito, a arte e a religião são partes deste universo. São os vários fios que tecem a rede simbólica, a teia emaranhada da experiência humana” (CASSIRER, 1977, p. 50). O que se complementa com a afirmação de Durand (2004, p. 48): “o cérebro do homem, um ser marcadamente diferente das demais criaturas vivas, torna-o um *homo symbolicus* desde suas origens mais remotas”. Esta evolução, reforçada pelo que destaca Cassirer (1977, p. 186) quando afirma que foi através da transformação que possibilitou a emissão vocal humana que a evolução se deu de gritos emocionais para nomes, de sons inexpressivos para instrumento de pensamento, possibilitou a “transferência metafórica da expressão para situações similares”. O que fez da oralidade a primeira ferramenta que permitiu ao homem nomear seus deuses.

Vernant (2009) afirma que os saberes da Grécia Antiga se conservavam através do boca a boca, por cânticos e poemas. “Essas narrativas, esses *mýthoi*, tanto mais



familiares quanto foram escutados ao mesmo tempo que se aprendia a falar, contribuem para moldar o quadro mental em que os gregos são muito naturalmente levados a imaginar o divino, a situá-lo, a pensá-lo” (VERNANT, 2009, p. 15). O autor (2009) complementa que é pelo recitar dos poetas que o mundo divino é apresentado aos humanos. De modo que, ao ouvir as proezas cantadas o homem acaba se familiarizando. “Ouve-se o canto dos poetas, apoiado pela música de um instrumento, já não em particular, num quadro íntimo, mas em público, nos banquetes, nas festas oficiais, nos grandes concursos e nos jogos” (VERNANT, 2009, p. 15). Este laço social serve de cimento à vida em sociedade, na visão de Silva (2012, p. 21), “porém, só se atualiza pela força de valores partilhados, de imagens reverenciadas em conjunto e de sentimentos e afetos intensificados pela comunhão”. Este movimento boca a boca, com cânticos e encenações teatrais, segue o que Silva (2012) delimita como tecnologia primária do imaginário, dispositivo de cristalização afetiva, imagética, simbólica individual ou grupal. Para Silva (2012, p. 10), “o imaginário é uma força, um catalisador, uma energia e, ao mesmo tempo, um patrimônio de grupo (tribal), uma fonte comum de sensações, de lembranças, de afetos e de estilos de vida”. O mito, na era clássica, configurava-se como cultura, lazer e pedagogia de vida.

Os mitos contêm peculiaridades que os distinguem de outros tipos de narrativas. Eles tratam sobre questões de origem, por exemplo, dúvidas sobre quem somos, de onde viemos e para onde vamos. Pregam ou negam valores, costumes, hábitos ou modos de conduta humana. E, muitas vezes, tentam explicar fenômenos naturais ou mesmo sobrenaturais que circulam em meio ao imaginário coletivo de determinado povo, tribo ou sociedade. Daniels (2015) ainda acrescenta: os mitos são ferramentas criativas para comunicar as mais importantes lições de vida. Eles são fontes alegóricas de informação que servem para tornar mais atraente as mensagens que carregam. Há, no mito, portanto, uma expressividade repleta de manifestações simbólicas capazes de mexer com a subjetividade humana e preencher lacunas que continuam abertas até os dias de hoje. Bulfinch (2006) resgata que Apolo é o deus da música, deliciava a todos com os sons de sua lira. O filho de Apolo e da musa Calíope, Orfeu, tocava a lira e nada, nem ninguém, podia resistir ao encanto da melodia. Na percepção de Campbell, Moyers e Flowers (1990, p. 36), “a mitologia é a música. É a música da imaginação, inspirada nas energias do corpo”. Os autores (1990) completam:

Sim, o som inicial (um cristão diria: a Palavra ou o Verbo criador) a partir do qual o mundo inteiro se precipitou; a grande explosão, o despejar da energia transcendente para dentro do (e expandindo-se através do) domínio temporal. Assim que ingressa no campo do tempo, essa energia se rompe em pares de opostos, o um se torna dois. Ora, quando você tem dois, só há três maneiras de eles se relacionarem: numa, este domina aquele; noutra, aquele domina este; numa terceira, os dois estão em perfeito equilíbrio. Finalmente, é dessas três formas de relacionamento que derivam todas as coisas nos quatro cantos do espaço. (CAMPBELL, MOYERS e FLOWERS, 1990, p. 41).

Neste sentido, haja luz é igual a haja música, e a harmonia irrompe o caos e preenche o vazio da consciência. “Um som precipita ar, depois fogo, depois terra e água – e é assim que surge o mundo. Todo o universo está incluído nesse primeiro som, nessa vibração, que então conduz todas as coisas à fragmentação na esfera do tempo. Desse ponto de vista, não há ninguém lá fora que dissesse: ‘Que isto se faça’” (CAMPBELL, MOYERS e FLOWERS, 1990, p. 64). Contudo, é preciso refletir que a construção dos mitos, desses instrumentos simbólicos do homem, essenciais para uma vida repleta de significados e de significações, transfiguram-se no decorrer dos séculos. Os mitos evoluem, desaparecem, surgem e ressurgem. Em cada época, em cada milênio, em cada século, sucede o nascimento de novos mitos. Neste estudo, portanto, empenha-se em desvendar o processo de surgimento dos mitos da era tecnológica, analisados por meio dos vídeos do youtuber Felipe Neto e de seus fãs, objetos de pesquisa escolhidos para responder a seguinte problemática de pesquisa: quais são as características dos mitos da era tecnológica? O que eles fazem para serem tão idolatrados e admirados pelos seus fãs? Quais as semelhanças e as diferenças com os mitos clássicos e os modernos?

Para responder essas questões, delimitou-se como método a abordagem qualitativa, cuja natureza é descritiva e o tipo de análise é de conteúdo. Além disso, com intuito de embasar teoricamente o estudo, foram selecionados os estudos de Morin (1989), Durand (2012), Campbell (2007) e Maffesoli (1996).

2. O Divino e o Heroísmo nos mitos clássicos, modernos e digitais

Na Grécia Antiga, os mitos eram histórias religiosas que narravam os feitos e as aventuras de seres com poderes especiais ou de entidades superiores. Sears (2015) comenta que os deuses, as deusas e os heróis configuravam os temas centrais dos mitos

gregos, uma vez que eram considerados seres sagrados e serviam de modelo para a vida humana da época. Os mitos gregos eram conhecidos pelas histórias de bravuras, de conquistas e de guerras dessas divindades. A partir desses mitos, os gregos conseguiam encontrar algumas explicações necessárias para responder indagações e inquietações cotidianas, como, por que está trovejando? Por que o mar vive agitado? Por que os humanos se apaixonam? Ou ainda: o que acontece depois da vida?

Campbell (2007, p. 36) sugere que o percurso padrão do nascimento do mito é uma “magnificação da fórmula representada nos rituais de passagem: *separação-iniciação-retorno*”. Os mitos, segundo o mitólogo (1990), têm quatro funções: a mística, a cosmológica, a sociológica e a pedagógica. A função mística dá conta do universo, do ser, do sagrado e do mistério. A função cosmológica é a dimensão da qual a ciência se ocupa. “Você risca um fósforo – o que é o fogo? Você pode falar de oxidação, mas isso não me dirá nada”, aponta Campbell (1990, p. 45). A função sociológica dá suporte e valida a ordem social. “E aqui os mitos variam tremendamente, de lugar para lugar. Você tem toda uma mitologia da poligamia, toda uma mitologia da monogamia. Ambas são satisfatórias” (CAMPBELL, MOYERS e FLOWERS, 1990, p. 45). E a função pedagógica ensina como viver sob qualquer circunstância. De modo sucinto, os mitos seguem a seguinte lógica: Um herói vindo do mundo comum “se aventura numa região de prodígios sobrenaturais; ali encontra fabulosas forças e obtém uma vitória decisiva; o herói retorna de sua misteriosa aventura com o poder de trazer benefícios a seus semelhantes” (CAMPBELL, 2007, p. 36).

No primeiro estágio, chamado pelo autor de *separação*, o mito, configurado na figura de um herói, é chamado à aventura, onde se separa do seu universo e parte em direção ao seu objetivo, que pode ser tanto uma missão pessoal ou uma jornada cujo intuito é realizar um bem coletivo. No segundo estágio, denominado de *iniciação*, o herói é testado e levado ao seu limite, pois enfrenta obstáculos, adversários e uma gama de adversidades que tenta impedi-lo de cumprir a sua meta. Por último, no terceiro estágio, alcunhado de *retorno*, o herói dedica-se a reintegrar-se à sociedade, a adaptar-se ao espaço que deixou para trás durante sua aventura. Para ilustrar esses conceitos, o mitólogo recorre a diversos mitos gregos:

Prometeu foi aos céus, roubou o fogo dos deuses e voltou à terra. Jasão navegou por entre as rochas em colisão para chegar a um mar de prodígios, evitou o dragão que guardava o Velocino de Ouro e retornou com o Velocino



e com o poder de recuperar o trono, que lhe pertencia por direito, de um usurpador. Enéias desceu ao mundo inferior, cruzou o horrendo rio dos mortos, atirou um bocado de comida embebida em uma substância calmante ao cão guarda de três cabeças, Cérbero, e finalmente conversou com a sombra do seu falecido pai. Tudo lhe foi revelado: o destino dos espíritos e o de Roma, que ele estava por descobrir: “e, com essa sabedoria, ele poderia evitar ou enfrentar todas as provações”. Retornou, passando pelo portão de marfim, ao seu trabalho no mundo. (CAMPBELL, 2007, p. 36).

Como é possível notar na citação acima apresentada, os mitos gregos abordam, em sua maioria, histórias sobre personagens com dons excepcionais, com uma missão a cumprir, seja um dever com a sociedade ou consigo mesmo. No entanto, esses mitos só surgem depois de cumprida sua jornada. É a partir desse momento em que nasce o mito. Ele é consequência de uma trajetória, de uma aventura com uma boa quantidade de heroísmo. Desse modo, os mitos gregos, considerados os clássicos do ocidente, pautam suas criações mitológicas por meio de narrativas que se remetem aos feitos heroicos, seja de deuses ou de deusas, seja de heróis, parte humanos, parte divindades. O campo simbólico se baseia nas experiências das pessoas de uma dada comunidade, conforme apontam Campbell, Moyers e Flowers (1990, p. 72). Assim, num dado tempo e espaço, os mitos se unem à cultura.

Contudo, para um mito ou uma figura mítica nascer, ser reconhecida, admirada e contemplada geração após geração, não bastava apenas se tratar de uma história que buscava explicações sobre o mundo, o universo e o próprio surgimento do homem, mas eram necessárias algumas características específicas.

As imagens predominantes dos heróis, nos mitos clássicos, de acordo com Sears (2015) ressaltam, inicialmente, a *nobreza*, os de uma linhagem de alta classe, preferencialmente divina, como é o caso de Hércules, Aquiles e Perseu, heróis que eram filhos de deuses e deusas gregas. Destacam a *coragem*, o não demonstrar medo diante do perigo ou de um desafio, assim como Zeus, Poseidon e Hades tiveram quando enfrentaram o seu próprio pai, o Cronos. Enfatizam a *força*, em alguns casos sobrenatural, necessária para vencer adversários como quimeras, centauros e minotauros. Cultuam a *audácia*, principalmente para embarcar em aventuras e missões quase impossíveis de serem realizadas, assim como teve Hércules no momento em que decidiu realizar os doze trabalhos para purificar-se de seus pecados e tomar seu lugar ao lado dos deuses. Valorizam a *hospitalidade*; seja como anfitriões, ao receber seus convidados e convidadas em suas residências, seja como visitantes, ao chegar em

hospedagens ou em locais sagrados. Há também o *favorecimento dos deuses*; importante em situações de risco, no instante em que o herói está fraco, ou sem esperança, necessitando de um auxílio divino, muitas vezes fundamental para a continuidade da aventura.

3. A técnica que cria mitos: do divino ao cinematográfico

Silva (2012, p. 53) resgata que “as tecnologias do espírito/mente são dispositivos de manipulação e de intervenção no espírito/cérebro dos indivíduos. Diretivas e com vistas à eficácia, querem um resultado. São instrumentos de impacto”. Nesta perspectiva, conforme preconiza Durand (2004), o monoteísmo é a herança ancestral mais antiga e incontestável e com essa herança vem o segundo mandamento de Moisés: “a proibição de criar qualquer imagem (*eidôlon*) como um substituto para o divino” (DURAND, 2004, p. 9). Eliade (1992, p. 138) salienta que “no tempo em que a Bíblia foi escrita, o homem ainda não era capaz de formular a ideia abstrata da transcendência divina; daí que a ideia de que Deus não pode ser percebido pelos sentidos fosse expressa em termos de espaço: dizia-se que Ele morava muito acima da Terra, no céu”. De certa forma, a imagem predominante do herói nos mitos religiosos do ocidente esteve ligada ao Deus dos monoteístas, a exemplo das narrativas que narram a odisséia bíblica. Por muitos séculos, posteriores aos mitos clássicos, o sagrado dominou o cotidiano, o imaginário, o obstáculo para a liberdade de pensamentos.

De acordo com os estudos de Eliade (1992, p. 64), mesmo que a vida religiosa não esteja sobre o domínio dos deuses, ainda conservam o sagrado, de modo que o céu está presente no simbólico “como uma realidade inteiramente diferente das realidades ‘naturais’” (ELIADE, 1992, p. 12). Para o autor (1992), os deuses criaram o cosmos e o homem, mas os heróis acabaram esta criação, com a história de todas as obras divinas conservando-se nos mitos. Portanto, contrariando a sacralidade monoteísta, a divindade assume diversas formas, perpassando diversas eras até alcançar os dias atuais, “reatualizando a história sagrada. Imitando o comportamento divino, o homem instala-se e mantém-se junto dos deuses, quer dizer, no real e no significativo” (ELIADE, 1992, p. 97). Esta divindade que se insere no cotidiano, deve-se ao que demarca Silva (2017, p. 14): “a principal característica do mito é justamente a sua incontestabilidade”, a



crença que se deposita nele. A aura divina se perde na era da reprodutibilidade técnica, conforme aponta Benjamin (1987, p. 169): “no interior de grandes períodos históricos, a forma de percepção das coletividades humanas se transforma ao mesmo tempo que seu modo de existência”, mas o mítico permanece.

Por certo tempo, a literatura, enquanto tecnologia quase artesanal do imaginário, potencializou a função mitológica do cotidiano, pelo que Eliade (1992) afirma ser uma “saída do Tempo”. “Quer se ‘mate’ o tempo com um romance policial, ou se penetre num universo temporal alheio representado por qualquer romance, a leitura projeta o homem moderno para fora de seu tempo pessoal e o integra a outros ritmos, fazendo o viver numa outra ‘história’” (ELIADE, 1992, p. 99). Mas é o cinema que passa, de certa forma, a criar novos deuses, heróis, novos mitos.

O século XX foi o momento de transição entre os mitos religiosos e os mitos modernos. O cinema, consequência de uma evolução técnica da fotografia, tornou-se o maior espetáculo do mundo moderno, como destaca Silva (2012, p. 67), abrindo em escala planetária as portas às “tecnologias pesadas e poluentes do imaginário”. O intérprete cinematográfico, como bem observa Benjamin (1987), representa para um aparelho o que será apresentado ao público posteriormente, mas diante do público também representa o personagem de sua profissão: o ator, a atriz. Com o cinema, e a exposição perante a massa, os mitos se modernizam. A técnica reformula o teatro e modifica as imagens predominantes dos heróis, criando mitos que passam a existir com a modernidade.

Na tela, começaram a aparecer figuras como Marlon Brando, Marilyn Monroe e Brigitte Bardot. As salas de cinema estavam sempre lotadas. O público delirava com a elegância, as atuações e os olhos claros de Alain Delon. Nascia um universo mágico, quase surreal, uma perfeita harmonia entre técnica e estética, o universo *hollywoodiano*. Com ele, surgiam os novos deuses, deusas e semideuses, as estrelas de cinema. Para Morin (1989, p. 10), os astros de Hollywood ilustravam um novo quadro de mitos: “seres ao mesmo tempo humanos e divinos, análogos em alguns aspectos aos heróis mitológicos ou aos deuses do Olimpo, suscitando um culto, e mesmo uma espécie de religião”. Não se tratavam, portanto, mais de seres excepcionais, com forças sobrenaturais e protegidos por pais olímpianos, mas de humanos com imensa admiração do público, seres míticos de carne e osso. O que ocorreu, em outros termos, foi uma



humanização dos mitos: “O herói acrobático torna-se esportivo. Não mais um arcanjo destruidor de demônios, mas um aventureiro vigoroso. Os ardentes Aquiles, Teseu e Hércules são de agora em diante rapazinhos robustos” (MORIN, 1989, p. 14).

Entretanto, é preciso afirmar que nem todo ser humano tinha essa capacidade de se tornar um mito. E, assim como para os mitos clássicos era necessário alguns pré-requisitos como *nobreza, coragem, força, audácia, hospitalidade* e o *favorecimento dos deuses*; para os mitos modernos também eram necessários alguns pré-requisitos especiais (quase inatingíveis, por assim dizer), preenchidos por uma quantidade mínima de atores e de atrizes de Hollywood. Eles serviam de indicadores para produtores, agentes e diretores identificarem futuras estrelas-mitos.

No entendimento de Morin (1989), a primeira – e, certamente, a mais importante – era a *beleza*. A atriz que almejava chegar ao estrelato tinha que ter um capital fundamental: um corpo e um rosto deslumbrantes. A *beleza* era uma porta de entrada ao mundo da fama, do glamour e da moda. Esta característica era evidente em estrelas como Marilyn Monroe e Brigitte Bardot, atrizes que ficaram mundialmente famosas tanto pelas curvas dos seus corpos quanto pela formosura dos seus rostos. A segunda era a *juventude*, que fez atrizes recorrerem às técnicas especiais de maquiagem, cirurgias plásticas e dietas para continuarem no universo hollywoodiano. Esses recursos, de acordo com Morin (1989, p. 20, grifo do autor), “escondiam rugas, corrigiam imperfeições, ordenavam os traços segundo um padrão estético que podiam ser helênico, oriental, exótico, provocante, felino”. Isso porque, no cinema do século XX, envelhecer significava sair de cena. Sair da cena representava entrar em declínio. Entrar em declínio era sinal de que o ciclo mítico chegou ao fim.

O terceiro requisito era o *vestuário*. As estrelas ditavam tendências, quebravam tabus e cunhavam seus próprios estilos. Elas misturavam o antigo com o moderno, o moderno com o pós-moderno e o pós-moderno com ultramoderno. Roupas originais, excitantes e brilhantes criavam uma aura em torno delas. Uma aura que era almejada o tempo todo pelos seus admiradores. Vestir-se como uma estrela era um passo adiante para alcançar a “divindade” desses mitos modernos. A *bondade* também era uma exigência, pois, nas palavras de Morin (1989, p. 32), uma estrela não podia “ser apressada, desatenta, descuidada com seus admiradores”. Devia ajudá-los, orientá-los, guiá-los com bons exemplos diários. Em outras palavras, a estrela precisava ser



contemplada pela sua espiritualidade elevada, uma vez que era vista como uma espécie de guia, um exemplo a ser seguido na esfera pública, bem como na sua vida privada.

Havia também o *auxílio da câmera*. Uma estrela, além de maquiadores, cirurgiões plásticos, estilistas e agentes, tinha ao seu lado um “especialista em captar a sua imagem mais perfeita” (MORIN, 1989, p. 14). Este profissional, capaz de corrigir a sua altura, selecionar o seu perfil mais sedutor e definir os seus melhores enquadramentos, tinha a função de entregar uma estrela perfeita aos seus fãs: bela, sedutora e distante da realidade dos mortais. Uma produção mítica por meio de técnicas. Por último, o que (MORIN, 1989, p. 24) chama de *sobrecaráter*, o instante em que o “representante e o representado se determinam mutuamente” e acontece a osmose entre o imaginário e o real. Dito de outro modo, é quando ocorre um hibridismo entre o ator e o personagem, a aproximação entre um e outro, tornando-se inseparáveis, uma só pessoa, uma só estrela, um só mito.

Salienta-se ainda que, para uma atriz chegar ao estrelato, havia um trajeto a ser seguido, um processo “natural” dentro da indústria do cinema. Morin (1989, p. 37) relata que “três órbitas planetárias marcam a distância interestelar que vai da jovem bonita à estrela”. Eram elas: *pin-up*, *starlet* e *vedete*.

No estágio inicial, a atriz era uma *pin-up*, cuja função profissional destinava-se a ser fotografada. Ela estampava capas de revistas, jornais, cartazes publicitários, com seus seios, seu quadril e suas pernas à mostra. Pode-se afirmar que *pin-up* “não é mais que pernas e peitos” (MORIN, 1989, p. 38), uma figura ainda sem nome, conhecida apenas pelas suas curvas, mas não pelo seu talento artístico. No estágio intermediário, a atriz era uma *scarlet*, uma *quase-estrela*, “qualquer jovem bonita que conseguisse fazer denominar-se fulana-de-tal...Que empunhava seu *nome*.” (MORIN, 1989, p. 38, grifo do autor). Uma *scarlet* já apresentava alguns traços da sua personalidade, pois parte da sua identidade aparecia nas cenas. No entanto, ela ainda era refém do seu corpo, fotos sensuais faziam parte da sua rotina. Aliás, eram fundamentais para sua carreira. A *scarlet* vivia entre o mundo do reconhecimento das estrelas e mundo do anonimato da *pin-up*.

No estágio avançado, a atriz era uma *vedete*, o último degrau para alcançar o estrelato. Nele, só faltava uma “dose extra que transforma o caráter em *sobrecaráter*” (MORIN, 1989, p. 39), isto é, era necessária ainda uma mistura entre a personalidade da



personagem interpretada em cena pela atriz com a sua própria personalidade. Na visão de Morin (1989), essa mescla das duas personalidades – a da heroína das telas e da mulher pública – era o último parâmetro a ser atingindo para uma *vedete* ganhar o cobiçado status de *estrela*.

Após o século XX, o mundo passou por inúmeras transgressões nos âmbitos culturais, sociais, econômicos e tecnológicas. No século XXI o cinema não é o único meio de comunicação que possui a capacidade mitologizar as narrativas – e as estrelas de Hollywood não são os únicos seres mitológicos. Atualmente, os mitos emergem das mais variadas fontes de informação, mas, sobretudo, das possibilidades fornecidas pela internet. Mas, diante dessa nova realidade, surgem as seguintes dúvidas: como nascem os novos mitos? Como eles se constituem? E como emergem neste novo mundo? Para responder esta questão, optou-se pela pesquisa descritiva, cuja abordagem é qualitativa e a técnica investigativa é o estudo de caso, apresentada na próxima sessão.

4. Procedimentos metodológicos

Para atingir os objetivos propostos no início deste estudo, esta pesquisa foi elaborada por meio da abordagem qualitativa, definida por Rauen (2015, p. 532), como o método que “busca uma descrição do fenômeno estudado”, pois está interessado nas histórias dos eventos e nas suas interdependências. Portanto, trata-se de uma análise e de uma interpretação dos objetos coletados pelo pesquisador, na busca por tendências e não leis deterministas, pois “o que se conclui em ciências humanas não pode ser encarado como absoluto ou definitivo, mas aproximativo” (RAUEN, 2015, p. 531).

Em relação à técnica de investigação, delimitou-se a análise de conteúdo, um instrumento que permite o desvelamento do sentido do material analisado. O que consiste em definir o material a ser pesquisado, avaliar os dados coletados, realizar uma reflexão sobre o conteúdo levantado e, em última instância, construir uma categorização das unidades interpretadas pelo pesquisador. Esta é uma técnica que, nos dizeres de Rauen (2015, p. 548), “permite que os dados gradualmente evoluam para emergir na essência de uma teoria”, além de possibilitar uma classificação das propriedades investigadas. Ainda, reforçamos a possibilidade de termos os mitos como categorias de análise dos estudos de cultura pelo viés do imaginário (MORAES, 2016).



Para identificar as particularidades que criam uma aura mítica na figura do *youtuber* Felipe Neto, como objeto de estudo foram selecionadas três produções audiovisuais. A primeira é uma filmagem caseira, feito por um fã que decidiu visitar a casa do *youtuber*; a segunda é um vídeo produzido por Felipe Neto em seu canal do Youtube, cujo objetivo era surpreender a sua namorada no dia do seu aniversário e a terceira é um vídeo de um evento onde uma fã é acolhida carinhosamente pelo *youtuber*.

Vale ressaltar que essas produções foram selecionadas pela atualidade das técnicas utilizadas. Todos os três materiais coletados da plataforma digital do *Youtube*, são recentes e retratam situações cotidianas de Felipe Neto e seus admiradores, evidenciando a contemporaneidade da pesquisa e dos dados coletados.

5. Mitos digitais: *Youtubers* como heróis da era tecnológica

As imagens predominantes dos heróis, nos mitos da era tecnológica prevalecem no meio digital, como uma forma de vitória sobre o espaço, sobre o tempo, possibilitando a onipresença, a capacidade de estar em vários lugares ao mesmo tempo, sendo reproduzido em horários aleatórios, ao toque do adorador de tal divindade. Aos moldes do que falara Benjamin (1987, p. 196): “na época de Homero, a humanidade oferecia-se em espetáculo aos deuses olímpicos. Agora, ela se transforma em espetáculo para si mesma”. De certo modo, isto corrobora a afirmação de Cassirer (2003, p. 36): “o mito não se origina em suas virtudes, mas em seus vícios”.

Silva (2012) trata o teatro como a fase primitiva das tecnologias do imaginário, pois interagia com a existência e convidava à reflexão. Com o livro se multiplicaram as ideias, mas foi o rádio, o cinema e a televisão as tecnologias que poluíram o imaginário. Mas a Internet, como destaca o autor (2012, p. 70), “embora dotada de maior autonomia para os navegadores, não escapa dessa lógica atmosférica, dinâmica de época, espírito dos tempos que fluem em bits”, é apenas mais uma técnica que potencializa mitos. O nascimento dos mitos, depois a sua existência, o perpassar por gerações e a atualização que sofre, fazem com que ele esteja no tempo e espaço que o homem habita, com novas roupagens, mas com a mesma estrutura mito-arquetipal. Da oralidade, quando os primeiros mitos se propagam, até a era da internet, muitas águas passaram pelo rio da humanidade, muitas técnicas e tecnologias de propagá-lo.



Segundo Maffesoli (1996), o mundo pós-moderno se distanciou do formalismo da modernidade. Para o autor, o ser humano se distanciou da ética religiosa, cuja essência era a espiritualidade e a preparação para a vida após a morte, assim como da ética racionalista, fomentada pelos estudos lógicos, inspirados na filosofia de Descartes e nas pesquisas positivistas. Na percepção maffesoliana, instaurou-se outra moral, outra aura que rege a sinfonia da vida, chamada pelo sociólogo de *ética da estética*, que designa, em seu entendimento, o prazer de estar junto, de vivenciar o coletivismo, sem meta ou objetivo particular. Dito de outro modo, a *ética da estética* é um conceito inserido por Maffesoli (1996) ao longo da sua obra que significa aproveitar o momento, a felicidade do agora, experimentar a efervescência coletiva, a harmonia e a desarmonia dos grupos, comungar dos mesmos valores. No seu ponto de vista, o que impera, nesse contexto histórico e político, é o prazer dos sentidos, o encanto pelo compartilhamento de experiências e de sensações:

[...] emoções, paixões, sentimentos não seriam características secundárias da ordem política, mas, ao contrário, o substrato de um vitimismo irreprimível que, às vezes, assumiria a forma do político. Ficando bem entendido que o primordial no caso é o sentimento de vida, a sensação de viver. Isso obriga-nos a focalizar nosso olhar sobre os sentidos constitutivos da vida humana, e a lembrar que, na sua simplicidade, esses são incontornáveis, e que determinam a matriz de toda existência social. (MAFFESOLI, 1996, p. 85).

Maffesoli (1996) evidencia que, durante a pós-modernidade, a sociedade não é pura e simplesmente uma engrenagem mecânica, organizada por um sistema econômico, religioso e político, mas, como reflete o autor, uma coletividade regulada por meio de relações afetivas, dos interesses e dos desejos comunitários. O que procede, nesse panorama social, é uma constante manifestação do lúdico, do onírico, da intuição, do simbólico, ou seja, criam-se laços sociais a partir de parâmetros não racionais, mas, principalmente, emocionais, afetuosas, sensíveis. Também Moraes (2017) relata a ética da estética do imaginário infanto-juvenil contemporâneo, pertinente ao trajeto antropológico que forma a bacia semântica. Em pesquisa realizada pela autora, pela técnica da culturálise de grupo, com crianças de duas escolas públicas no sul de Santa Catarina, mostrou, já em seu resumo, dados sobre imaginário infanto-juvenil contemporâneo: “as crianças vivenciam a tecnologia, acessam, curtem, apropriam-se e se projetam a partir das cenas do virtual, mas, principalmente, o espírito do tempo,

unânime nas crianças ouvidas nos dois ambientes, é que o melhor da tecnologia é o *Youtube* e os canais de *youtubers*”. E, apresenta a autora, que “estes apresentam-se como símbolos de identificação e projeção infanto-juvenil, interpelando representações mentais que são substrato de pensamentos e ações, presentes e futuras”.

É nesta nova ambiência que nascem as novas figuras mitológicas, seres que afloram essa efervescência coletiva, pois esta se tornou uma de suas principais características: *estabelecer um elo* de proximidade com os seus admiradores. Um novo mito, ou um mito digital, como é mais apropriado mencionar, é um herói que cria laços afetivos com seus seguidores. Para exemplificar, analisou-se o vídeo do Pedro Maia (Ilustração 1), fã que conseguiu entrar em contato com seu ídolo Felipe Neto, *youtuber* com mais de 20 milhões de inscritos no seu canal.

Ilustração - 1 - Felipe Neto e Pedro Maia



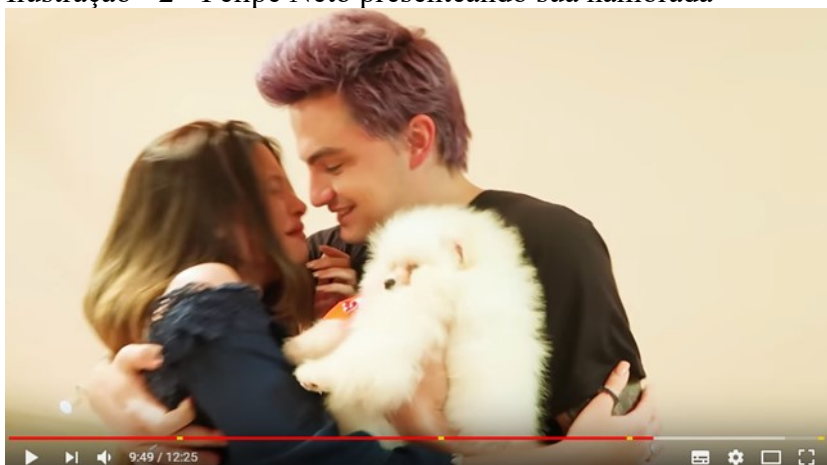
Fonte: Disponível em: < <https://goo.gl/67bQc9> > Acesso em: 19 mar. de 2018.

No vídeo, é possível verificar a proximidade que há entre Pedro Maia e Felipe Neto. Os dois não se conheciam, mas o *youtuber* mostrou-se receptivo, real, e aberto à interação. Nesse caso, em parte se difere dos mitos clássicos, que figuravam somente no imaginário dos homens e mantinham-se distantes dos seres humanos, os *youtubers* criam uma “experiência compartilhada”, um cimento coletivo, uma realidade possível, capaz de aproximar o mito dos seus admiradores (MAFFESOLI, 1996, p. 122). De certo modo atualiza o mito clássico por meio da *hospitalidade* de Felipe Neto, característica predominante nas imagens do herói clássico que também torna Pedro Maia o herói, *favorecido pela divindade* que ele idolatra. O mito da era tecnológica possui a

característica de *figurar entre o universo simbólico inalcançável de uma divindade e o universo possível de interatividade com a humanidade*.

Em termos de personalidade, um mito digital é um mito humanizado, como é possível observar no vídeo intitulado “*Fiz a maior surpresa da vida dela*” (Ilustração 2), quando realiza suas apresentações, representa a si mesmo e não a outro personagem. Dessemelhante aos mitos modernos, que, conforme Morin (1989, p. 6), “*existe uma dialética do ator e do papel, no qual surgirá a estrela*”, Felipe Neto é Felipe Neto. Ele não interpreta um determinado personagem, nem mesmo é condicionado por produtores ou diretores. Felipe Neto é o produtor, o diretor e a própria estrela-mito. A personalidade dele é o astro do espetáculo. Ele faz o que quer, quando quer e onde quer. Por isso, outra característica dos mitos digitais é a *hiper-realidade*, isto é, enfatizar a sua personalidade, a sua realidade, seus gostos e desgostos, sua rotina, seus prazeres e desprazeres, seus medos e suas alegrias. Pode parecer controverso, mas um mito digital é o mais real possível, o menos divino possível. E é esta humanidade acessível aos seus adoradores que o torna divino.

Ilustração - 2 - Felipe Neto presenteando sua namorada



Fonte: Disponível em: < <https://goo.gl/NzVyyp> > Acesso em: 19 mar. de 2018.

Outro dos atributos de Felipe Neto é a *bondade*. Nesse quesito, o mito digital se equipara às estrelas de cinema do século XX, que habitualmente eram solicitadas a “*dar conselhos íntimos, sentimentais e morais*” (MORIN, 1989, p. 32). Assim como as estrelas, os *youtubers* têm uma responsabilidade social, por isso prestam contas aos seus fãs, não só com respostas diretas nas suas redes sociais, mas também com gestos carinhosos e demonstrações de afetividade em suas apresentações de palco. Um

youtuber é, então, uma figura mítica do povo, um protetor dos seus admiradores. Felipe Neto, nos seus eventos, busca a todo o momento ratificar essa face da sua personalidade. Em um vídeo, disponibilizado em um canal do *Youtube* (Ilustração 3), verifica-se a relação afetiva que possui com seus admiradores. Uma jovem, visivelmente emocionada, abraça o *youtuber*, de modo intenso e quase desesperado. Felipe Neto, sentindo a jovem em seus braços, retribui o carinho, com intensidade e carisma. Os dois se entrelaçam e trocam palavras afetivas. Nesse instante, o mito se fortalece e ganha ainda mais admiração da sua fã. É a humanidade se divinizando.

Ilustração - 3 - Felipe Neto recebendo fã em espetáculo.



Fonte: Disponível em: < <https://goo.gl/JWViFf> > Acesso em: 19 mar. de 2018.

Além da *bondade*, há ainda uma última característica peculiar dos mitos digitais. Visto que nos dias atuais é essencial passar uma imagem real, sem superficialidades, sem os exageros das cirurgias plásticas e os excessos das maquiagens, os mitos da era tecnológica não são figuras fabricadas pela indústria cultural, como as estrelas de Hollywood, que são moldadas e remoldadas pelos seus produtores, agentes e cineastas, mas se tratam de *heróis eleitos pelo povo*, escolhidos por um gama de internautas carentes de ídolos. Dessa forma, não necessitam passar por um extenso processo de construção física, espiritual e psicológica, conforme cita Morin (1989) em relação aos badalados astros do cinema.

De modo que, quanto mais real for o *youtuber*, mais mítico se torna e maior é sua força simbólica. No mundo pós-moderno, segundo Maffesoli (1996), a sociedade mergulha e se banha na subjetividade, na afetividade e no deleite do estar junto. Tal

como as conclusões na pesquisa de Moraes (2017, p. 193), que afirma que “as tecnologias de sedução ao Imaginário Social atingem o caráter ético (motivação) e o estético (apreciação) das produções, ainda que um vídeo bem produzido é sempre mais assistido”. Pois, conforme a autora, “o caráter estético é essencial para conquistar a audiência. O ético, para mantê-la. Questões como humor, desafios, popularidade são destaques na apreciação da audiência”. Entende-se, então, que é a alegria do envolvimento que fornece sentido à vivência cotidiana. Os *youtubers*, assim, transformam-se em heróis sem espadas e lanças, sem força e poderes surreais, mas com a imensa capacidade de conectar os indivíduos. Este é um dos fatores que os torna especiais, devido ao fato de serem pessoas comuns, com problemas, sentimentos, emoções reais, contudo, capazes de realizar um feito mítico neste novo mundo: criarem um universo conectado ao seu redor, onde o inatingível se torna atingível.

6. Considerações finais

Este foi um estudo que se propôs a analisar as transfigurações dos mitos aos longos das diferentes épocas vivenciadas pelos humanos. Para compreendê-las, foram revisitados os mitos clássicos e os modernos, articulando-os com os mitos da era tecnológica, também nomeados em certas ocasiões de mitos digitais, por se tratarem de figuras míticas emergidas do ambiente digital.

Em suma, neste estudo, identificaram-se quatro características presentes na personalidade do *youtuber* Felipe Neto, um influenciador digital, com quase 20 milhões de seguidores no seu canal do *Youtube* e representante dessa nova geração de mitos. A primeira é ser um herói que estabelece um elo com seus adoradores; a segunda é a hiper-realidade, ou seja, representar o seu próprio personagem da vida real; a terceira é a bondade, pois um mito digital é alguém generoso em todos os sentidos e, por último, ser eleito pelo povo, não um personagem imposto pela mídia.

Com essa análise, constata-se, de certo modo, o que os teóricos de marketing afirmam há alguns anos: “que, na faixa dos 13 anos aos 18 anos, celebridades do Youtube são mais populares do que os astros do cinema americano” (KOTLER, KARTAJAYA, SETIAWAN, 2007, p. 20). Nesse cenário, então, os mitos clássicos, que reinam por longos milênios no imaginário dos indivíduos, e os mitos modernos,



produzidos e perpetuados pelos estúdios de Hollywood, ganham a companhia de outros mitos, os digitais, consequência de um mundo conectado, onde o real se transforma em virtual e o virtual se transforma em real.

Referências

ADAMS, C., Murrieta, R., & Neves, W. A. (2006). **Sociedades caboclas amazônicas: modernidade e invisibilidade** (1a ed.). São Paulo: Annablume. Cover image taken by Mark Harris in November 2003.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. V. 1. São Paulo: Brasiliense, 1987. (Obras escolhidas) Tradução de Sergio Paulo Rouanet.

BULFINCH, Thomas. **O livro de ouro da mitologia: história de deuses e heróis**. 34. Ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2006. Tradução de David Jardim.

CAMPBELL, Joseph; MOYERS, Bill D.; FLOWERS, Betty S. **O poder do mito**. 16. ed. São Paulo: Palas Athena, 1990.

_____. **O herói de mil faces**. São Paulo: Pensamento, 2007. Tradução de Adail Ubirajara Sobral.

CASSIRER, Ernst. **Antropologia Filosófica – Ensaio sobre o Homem, Introdução a uma filosofia da cultura humana**. São Paulo: Mestre Jou, 1977. Tradução de Vicente Felix de Queiroz.

_____. **Linguagem e mito**. 3. Ed. São Paulo: Perspectiva, 1992. Tradução de J. Guinsburg e Míriam Schnaider-man.

_____. **O mito do estado**. São Paulo: Códex, 2003. Tradução de Álvaro Cabral.

DENIELS, M. **A história da mitologia para quem tem pressa**. 1 Ed. Rio de Janeiro: Valentina, 2015. Tradução Heloísa Leal.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. 4. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2012. Tradução de Hélder Godinho.

_____. **Campos do imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1998. Tradução de Maria João Batalha Reis.

_____. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. 3. Ed. Rio de Janeiro: DIFEL, 2004. Tradução de Renée EveLevié. (Coleção Enfoques. Filosofia).



_____. Sobre a exploração do imaginário, seu vocabulário, métodos e aplicações transdisciplinares: mito, mitanálise e mitocrítica. **Revista da Faculdade de Educação**, São Paulo, v. 11, n. 1-2, p. 243-273, 1985.

ELIADE, Mircea. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992. Tradução de Rogério Fernandes. (Tópicos)

LÉVI-STRAUSS, Claude. **Mito e Significado**. Lisboa: Edições 70, 1987. Tradução de António Marques Bessa.

_____. **O cru e o cozido**. Mitológicas 1. São Paulo, CosacNaify, 2004.

MAFFESOLI, Michel. **No fundo das aparências**. Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

MAIA, PEDRO. **Entrei na casa dos irmãos Neto**. Disponível em: <
<https://goo.gl/67bQc9> > Acesso em: 19 mar. de 2018

MORAES, Heloisa Juncklaus Preis. **Sob a perspectiva do Imaginário: os mitos como categoria de estudos da cultura e da mídia**. In: Giovanna G. Benedetto; Nádia Régia Maffi Neckel; Solange Maria Leda GALLO. (Org.). *Análise do Discurso em Rede: cultura e mídia*. Campinas: Pontes, 2016, v. 2, p. 137-152.

_____. Os youtubers e as relações de identificação e projeção no imaginário infanto-juvenil contemporâneo: discussões a partir da ética da estética. **Revista Iluminuras**, Porto Alegre, v. 18, n. 44, p. 182-196. 2017.

MORIN, Edgar. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989. Tradução de Luciano Trigo.

MOURA, Karyne Pimenta de. **A energia de Dionísio em Hilda Hilst: um estudo mitocrítico do desejo e da criação**. Anais do SILEL. Volume 1. Uberlândia: EDUFU, 2009.

NETO, Felipe. **Fiz a maior surpresa da vida dela**. Disponível em: <
<https://goo.gl/NzVyyp> > Acesso em: 19 mar. de 2018

RAUEN, Fábio José. **Roteiros de iniciação científica: os primeiros passos da pesquisa científica**. Palhoça: Editora Unisul, 2015.

SEARS, Kathleen. **Tudo o que você precisa saber sobre mitologia: dos deuses e deusas aos monstros e mortais, seu guia sobre a mitologia antiga**. São Paulo: Editora Gente, 2015. Tradução Leonardo Abramowicz.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2012.



_____. Diferença e descobrimento. O que é o imaginário? A hipótese do excedente de significação. Porto Alegre: Sulina, 2017.

VENTURI, Julia. **Felipe Neto me chamou no palco da megafesta**. Disponível em: <<https://goo.gl/JWViFf>> Acesso em: 19 mar. de 2018

VERNANT, Jean-Pierre. **Mito e religião na Grécia Antiga**. São Paulo: Martins Fontes, 2009. Tradução de Joana Angélica D'Ávila Melo.

Submetido em: 01/04/2018. Aprovado em: 05/04/2018.