



## **INCONSCIENTE COLETIVO E O ARQUÉTIPO DO TRICKSTER: A CIRCULAÇÃO DA IMAGEM DO ZÉ PELINTRA NA MÍDIA PARA A REPRESENTAÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA**

---

Diego Santos (UFPR/ ECCOS)

Hertz de Camargo (UFPR/ UEL/ ECCOS)

**Resumo:** Como o arquétipo do Trickster sobrevive e ressurgue dentro da mídia fazendo referência à cultura brasileira? Para responder esse problema, partimos da figura do Zé Pelintra, o trickster da Umbanda brasileira e representação de malandragem, trapaça, boemia e safadeza. Conforme a metodologia Warburgiana (2010), símbolos fortes ressurgem na arte devido ao caráter do pathos, o que ele chama de pathosformel. Utilizaremos o estudo de figuras da mídia brasileira que estabelecem a relação direta com a malandragem, fazendo uma análise do arquétipo do Trickster e a concepção das pranchas de imagem para estabelecer a forma de sobrevivência do arquétipo no inconsciente coletivo brasileiro.

Palavras-Chaves: Trickster. Zé Pelintra. Pathosformel.

**Abstract:** How the Trickster Archetype survives and re-emerges within the referencing media to Brazilian culture? To answer this problem, we start with the figure of Zé Pelintra, the trickster of Brazilian Umbanda and representation of trickery, cheating, bohemian and naughty. According to Warburgian methodology (2010), strong symbols reappear in art due to the character of pathos, what he calls pathosformel. We will use the study of Brazilian media figures who establish a direct relationship with trickery, making an analysis of the Trickster archetype and the design of image boards to establish the archetype's form of survival in the Brazilian collective unconscious.

**Key-words:** Trickster. Joe Pelintra. Pathosformel

### Introdução

A partir das reflexões de Morin (2007), que define a comunicação como o modo de circulação da cultura, assim, pretendemos apresentar como o arquétipo do Trickster sobrevive e ressurgue dentro das construções sobre o brasileiro na cultura pop contemporânea, nesta investigação, utilizando uma prancha com imagens de personagens brasileiros que performam atributos arquetípicos em questão.

O Arquétipo (JUNG, 2011) é a imagem primordial amorfa existente no imaginário, sendo a força e potência para a ação criativa do homem, uma imagem do nebuloso inconsciente coletivo que toma forma na arte e na religião. As investigações em cima do arquétipo se tornam essenciais para a pesquisa, sem ele não teríamos um ponto de partida, mas ela não dá conta de todos os passos da análise uma vez que o arquétipo apresenta tangentes da ancestralidade e do subjetivo e a observação aborda sobre a sobrevivência do arquétipo e seu ressurgimento na mídia e cultura brasileira. Então, utilizamos da ideia do *Pathosformel* (WARBURG, 2012), que possibilita entender como os símbolos presentes nas imagens se perpetuam através das culturas, tomando formas diferentes, mas originárias das mesmas paixões.

Os estudos do *Pathosformel* são recentes na pesquisa brasileira, mas inferimos que não é necessário apenas explorar a questão arquetipológica dos personagens, mas sim, encontrar o lugar do *pathos*, já que esse tem o caráter de atualizar o arquétipo na arte e o perpetuar, tomando formas diversas em muitas culturas. Para esse artigo, seguimos com o percurso do arquétipo ao símbolo na produção em questão, pela forma da formação imagética das imagens. Esse percurso norteará a leitura interpretativa da presença do malandro mediático que perpassa pela cultura pop. Assim como Warburg, em seu *Atlas Mnemosyne* (2012), em que aproximou as imagens aparentemente dispersas em culturas diversas, fazemos a ponte entre a cultura da religião da Umbanda com as figuras midiáticas brasileiras.

Ao final, apresentamos a prancha de imagens dos tricksters brasileiros, na tentativa de encontrar o Pathos do malandro, refletindo sobre as resistências simbólicas que reaparecem em símbolos fortes, ao passo de comprovar a teoria warburguiana: símbolos fortes reaparecem devido ao caráter atávico do pathos, denominado pathosformel perante os estudos de comunicação e religiosidades. É isso que mostraremos a partir das figuras do objeto empírico, uma retomada do uso da imagem do malandro para retratar o brasileiro culturalmente e na mídia, dando a possibilidade de sobrevivência ao arquétipo a partir do pathos.

### **Malandragem: Do mito ao arquétipo**

A palavra “pelintra”, adjetivo de dois gêneros, tem várias conotações. Em uma consulta rápida, no dicionário (PRIBERAM, 2018), o termo usado em todos os países lusófonos ganha o sentido de *pobre, maltrapilho, miserável*. Pode, depreciativamente, significar o pobre que finge ter dinheiro. Pode também conter a ideia de *sovina, avarento, mesquinho*. Ou, ainda, significa alguém que não tem vergonha por atos censuráveis, um *desavergonhado, descarado, sem-vergonha*. Um significado criado exclusivamente no Brasil é *bem trajado*, muito interessante ao passo que marca a influência religiosa nos falares, pois, dentre outras expressões qualitativas, o Zé Pelintra é bem vestido, bem apessoado e elegante. Portanto, temos sentidos para o adjetivo *pelintra* alocados entre dois extremos: de maltrapilho a bem trajado. Visto que um malandro bem vestido sempre transita entre dicotomias, dubiedades, assimetrias.

*Zé* é uma abreviação de José, nome bíblico, bastante comum no Brasil. Conforme o IBGE, antes dos anos 1930 foram pouco mais de 118 mil pessoas registradas com esse nome. O apogeu aconteceu nos anos 1960 com mais de 1,24 milhões de ocorrências. Enfim, é um nome que transita no imaginário popular com forte carga religiosa, afinal José – posteriormente elevado a santo – foi tutor do filho Deus, segundo a mitologia católica. Mas o apelido *Zé* ganha outros contornos. Ele denota intimidade, simplicidade, um certo grau de amizade com quem esse apelido é direcionado. No entanto, *Zé* também traz as marcas de uma impessoalidade, distanciamento ou rebaixamento social. Um *zé-ninguém* ou *zé-povinho* é alguém do povo ou sem valor diante de alguém que se julga superior, afinal, se eu “[...] sou do povo, eu sou um Zé Ninguém. Aqui embaixo, as leis são diferentes”<sup>1</sup>.

Os sentidos em torno da figura desse personagem mítico, *Zé Pelintra*, se movimentam entre o maltrapilho e humilde até o boêmio devasso e bem-apessoado. Como já destacaram Augras (1997), Ligiéro (2004) e Dealtry (2009), há uma dificuldade típica do levantamento histórico da trajetória do malandro, pois nos deparamos, de um lado, com os enredamentos entre realidade e imaginário, e, de outro, com a complexidade típica em estabelecer uma linearidade dos mitos na cultura. Como já apontou Rocha (2010) todo mito é construído seguindo uma lógica de bricolagem. O mito é um tecido cultural onde os fios de sua trama possuem uma história própria,

---

<sup>1</sup> Letra de “Zé Ninguém”, banda Biquíni Cavado, composição de Compositores: Bruno Gouveia e Miguel Cunha, 1991.

## ECO-REBEL

mas que se complementam e criam outras semioses. Sobre a presença da entidade em diferentes terreiros, representações e performances:

Entendo que há um líder Mestre que está no centro irradiando para diferentes lados parecendo estar em muitos lugares ao mesmo tempo. Exemplifico da seguinte forma: se você envolver um papel com vários furos em uma lâmpada, teremos vários pontos de luz irradiando. Estes pontos de luz podem se multiplicar. Assim dá-se sua presença em diversos lugares ao mesmo tempo. (BERGSTEIN, 2018)

Em termos umbadísticos, Zé Pelintra não só habita diferentes encruzilhadas, ele também é uma encruzilhada de outras encruzilhadas. “Zé Pelintra representa uma figura singular e transgressora, histórica e ficcional, que pertence a vários universos a um só tempo”. (LIGIÉRO, 2004, p. 25)

As informações sobre esse mito têm seus primeiros passos no catimbó no nordeste brasileiro. Conforme Dandara e Ligiéro (2013), o catimbó é um dos herdeiros da pajelança – prática religiosa com traços predominantemente indígenas com a finalidade de cura sob intercessão de forças sobrenaturais. A aderência entre o catimbó e a umbanda se dá no âmbito das migrações brasileiras, do nordeste para a capital federal da época. O vínculo entre ambas é a devoção à cura com base na magia das plantas e das palavras de encantamento e o culto aos mestres, que no catimbó são divididos entre pretos-velhos e caboclos, também conhecidos como encantados. Segundo Prandi (2014), encantados são espíritos de homens e mulheres (pretos-velhos, caboclos e demais entidades) que “morreram ou passaram diretamente para o mundo mítico, invisível” (p. 7), neste caso, sem passar pela experiência da morte. Não podemos descartar uma via de mão dupla em que a umbanda carioca também influenciou na reconfiguração das religiões ao passo que se irradia do Rio de Janeiro para outras regiões desde 1908, alimentando e sendo alimentada por esse panteão da encantaria brasileira. Não cabe, neste momento, detalhar o contexto de surgimento da umbanda. Por enquanto, é importante compreendermos que é nessa ambiência de circulação de sentidos mito-religiosos, dos dialogismos e da multiculturalidade, onde nasce Zé Pelintra, ora reconhecido como exu, ora como mestre – um arquétipo sob influências europeias, africanas e indígenas. Por fim, Seu Zé é um dos mais importantes mitos da encantaria nacional.

No catimbó, sua iconografia é de um mestre com os pés no chão, camisa e calças brancas, chapéu de palha, lenço vermelho no pescoço, um sertanejo apessoado, chamado de Zé do Sertão, um “outro” Pelintra (LIGIÉRO, 2004). Assunção (2010), explica que o mestre é uma entidade com “caráter de espírito intermediário, podendo encontrar-se na direita, como na esquerda” (p. 196) e que “[...] Seu Zé Pelintra passou a ser difundido a partir do encontro da jurema com a umbanda”

## ECO-REBEL

(p. 197). A chegada ao Rio, do sertão para a capital, foi um grande passo para Seu Zé, que se adaptou à realidade da metrópole. Sua iconografia se torna mais urbana, sua vestimenta aponta para a distinção social. Como todo malandro, “empresta sem data de devolução” elementos visuais e performáticos dos sambistas da Lapa dos anos 1930 sob influência, em alguns elementos, do cinema americano.

O terno branco do malandro. A dignidade do negro subestimado e subalternizado. A elegância de valores da tradição africana adaptados à dúbia modernidade do bas-fond carioca. Estigmatizado ou quase herói, o malandro transgressor e individualista tanto reflete quando funda um caminho coletivo, tornado santo pros seus e pros outros mito e referência. [...] Pois o malandro, tornado santo, não é apenas o que engana e o que se apropria do que é do outro para seu proveito e projeto pessoal, mas o que quer redefinir as regras de um jogo que lhe são injustificadamente desfavoráveis. (MOURA, 2004, p. 16-17)

Nosso “divino malandro”, como bem intitulou Zeca Ligiéro (2004), traz, em sua performance e iconografia, elementos multiculturais de origem banta. De acordo com o autor, na tradição congo-angolana, as cores básicas são quatro e estão associadas ao cosmograma congolês *dikenga*, que narra os quatro pontos da trajetória do Sol em torno do planeta e, também, da trajetória do homem no mundo (THOMPSON, CORNET, 1981). Para Dealtry (2009), o termo “malandro” é carregado de historicidade e nos remete ao imaginário em torno dos sambistas ou valentões da Lapa dos anos 1930. A autora destaca que a malandragem “[...] torna-se uma prática – um conjunto de estratégias – que, até certo ponto, independe da classe social ou da geografia da cidade” (p. 48). No videoclipe, o cenário é que marca o espaço da malandragem. Assim como o malandro bebe do imaginário em torno da Lapa, do popular e da favela, esses mesmos elementos estão presentes no vídeo da cantora de funk, reforçando estereótipos e, concomitantemente, ressignificando o arquétipo do malandro, distribuindo em vários signos – o cenário, homens e mulheres sensuais, trajes e acessórios, o bar, as bebidas, o jogo, o gestual, a performance, o corpo que fala e, no centro de toda a teia, uma mulher malandra. Da mesma forma como é vista a concepção da entidade por umbandistas experientes, o malandro se irradia. Deparamo-nos no vídeo não com o malandro em si, mas com suas “irradiações” (BERGSTEIN, 2018), em outros termos, com sua essência em circulação.

Entretanto, nosso malandro é ancestral. Há na figura de Zé Pelintra um encontro entre o imaginário indígena e o africano – este último, na figura de Exu. Para muitos sacerdotes da umbanda e autores da extensa literatura umbandista, Zé Pelintra é um exu, ou, pelo menos como descreve Assunção (2010), uma entidade alçada da esquerda, moralizada, que ascendeu como

## ECO-REBEL

entidade de luz, deixando seu passado abjeto para trás, mas sem perder totalmente seu vínculo. Por isso mesmo, Zé Pelintra transita nas diferentes linhas (da esquerda – exus e pombagiras – e da direita – caboclos, pretos velhos, erês), promove curas, dá conselhos sempre acompanhados de sua risada histriônica e sua grandiloquência. Há momentos em que ele se manifesta como baiano, sertanejo, preto velho, malandro da Lapa, como exu. E dessa figura da mitologia africana, ele herdou a estrutura deslizante. “Assim, é possível compreender que Exu é, ao mesmo tempo, positivo e negativo. Pai nosso e diabo. Os pares não se excluem, ao contrário, agregam-se. (DEALTRY, 2009, p. 30). Conforme a autora,

Ao retirar de Exu o papel de mensageiro e intérprete entre os mundos dos vivos e dos mortos, a umbanda termina por eliminar o aspecto religioso do orixá e reforçar seu atributo mágico/diabólico. Absorvido como o “mal”, Exu perde a capacidade de quebrar a tradição e as regras, de questionar o socialmente aceito, de promover mudanças. E, por mais paradoxal que seja, aprisionado em diabo, ele se torna menos perigoso à ordem estabelecida. Desprovido do seu caráter dialético, Exu torna-se uma entidade fixa e submetida aos orixás e entidades de luz. (DEALTRY, 2009, p. 22)

Zé Pelintra, Zé Pilintra, Seu Zé ou simplesmente chamado de Malandro, um dos mais conhecidos personagens da mitologia umbandista e líder da linhagem dos malandros<sup>2</sup>, representa um arquétipo com várias facetas. Pela observação participante, em quatro anos de pesquisa em terreiros de umbanda em Curitiba, pode-se afirmar que tal qual um dado (objeto de jogos de sorte/azar), a entidade possui seis faces muito bem definidas. A primeira face é a da virilidade, que corresponde aos papéis de galanteador, hábil jogador, negociador perspicaz, bom de briga e implacável com os inimigos. Outra faceta é a da linguagem, onde se encontram a empatia com seus interlocutores, a eloquência, o humor, a retórica e a performance. Outra das facetas é a de herói, pois dá voz aos oprimidos, intercede pelos fracos, almeja a justiça, aplaca as diferenças de classe, abre os caminhos, está sempre a serviço de quem o solicita. “[...] a figura do malandro encarnado por Zé Pelintra se coloca miticamente como um quase herói, um vencedor que triunfa ao burlar a ordem estabelecida e implementar a sua própria ordem/caótica [...]. (LIGIÉRO, 2004, p. 175)

Uma quarta face, talvez a mais reconhecida de sua personalidade, é do hedonismo. Zé Pelintra cultua todos os prazeres: seu apreço pelas mulheres, bebidas, cigarros, músicas, movimentos corporais. A dança é uma metáfora à liberdade corporal, ao entusiasmo (palavra cuja

---

<sup>2</sup> Outros malandros conhecidos na umbanda brasileira: Zé Tenório, Zé Pretinho, Malandro Camisa Preta, Malandrinho, Malandro do Morro, Zé Navalha, Zé do Coco.

## ECO-REBEL

raíz é *entheos*, no grego significa “ter o corpo invadido por deuses”) traduzido em alegria, festa, deboche, teatralidade, celebração da vida. As duas últimas faces desse dado é justamente o lado da esquerda (exus e pombagiras) e o da direita (pretos-velhos, caboclos e erês), marcando a principal característica da entidade: suas transições, deslocamentos, assimetrias, disrupções, enfim, sua circulação. Em suma, ao adentrar o terreiro em que Zé Pelintra se manifesta, é como tentar a sorte, jogar o dado e nunca poderemos prever qual faceta nos será revelada, pois a dubiedade, a zona cinzenta, a encruzilhada é sua morada.

Neste aspecto, Zé Pelintra é um dos mais populares tricksters na mitologia brasileira. Conforme Jung (2011, p. 259), o trickster surge nos mitos mundiais como um ser de origem cósmica e essência divino-animal, ao mesmo tempo, superior ao homem, pelas qualidades sobre-humanas, e inferior por sua loucura inconsciente. No entanto, ele busca um desenvolvimento da consciência muito mais intenso, pleno, por meio do seu desejo de conhecimento. Para Hyde (2017, p. 17), o “[...] trickster é a corporificação mítica da ambiguidade e da ambivalência, da dubiedade e da duplicidade, da contradição e do paradoxo”. Neste ponto, o nosso malandro se aproxima das características de Exu da mitologia africana.

Culturalmente falando, nosso personagem descende de antigas populações bantas. Mas alguns elementos que caracterizam sua atuação, como o apetite por bebida e fumo, a sexualidade exacerbada e o comportamento matreiro, são igualmente observados no caráter ambivalente e telúrico do Exu iorubá/fon. Assim, nosso Zé comunga dos mesmos elementos dessa dupla tradição na qual se destaca a vertente banta, presente também nos antigos Catimbós nordestinos ou nas antigas Macumbas cariocas ou paulistas. (Ligiéro, 2004, p. 77)

Entre todas as entidades da Umbanda, Zé Pelintra é quem representa o desalinhar da própria Umbanda, pois a identidade e a sobrevivência das religiões brasileiras também “[...] requerem que haja espaço para figuras cuja função é expor e desorganizar as próprias coisas nas quais as culturas se baseiam” (HYDE, 2017, p. 19).

Como trickster, durante os rituais da umbanda (as giras), Zé Pelintra promove a desordem, para que tudo se reorganize. Promove o movimento, a circulação. “Assim, para que haja organização, é preciso interações; para que haja interações, é preciso encontros; para que haja encontro, é preciso desordem (agitação, turbulência)” (MORIN, 2007, p. 404). Curiosamente, isto não é uma exclusividade da cantora Anitta, mas de todos os personagens circulantes na cultura pop. Tal qual um trickster ancestral, os atuais artistas da cultura pop, especialmente os do mercado fonográfico nacional/mundial, estão sempre em “reinvenção”. O reinventar-se, em si, significa

## ECO-REBEL

tanto uma estratégia de se manter em consumo (em circulação) quanto a quebra dos padrões, promovendo a desordem e reorganização de si mesmos, pois “os sujeitos dentro do contexto da Cultura Pop interpretam, negociam, se apropriam de artefatos e textos culturais ressignificando suas experiências (SOARES, 2015 p. 22).

### **A sobrevida do arquétipo: A ideia do Pathosformel**

Estamos diante da pós-vida do mito na cultura. Os mitos não desapareceram, eles resistem na linguagem e na estrutura narrativa midiática, nos rituais de diferentes formas de consumo, no imaginário cultural. O processo criativo do personagem possui um movimento espiral sónico centrípeto, convergindo estéticas, discursos e linguagens para a composição imaginal da figura da cantora pop. É no decorrer do seu consumo que os sentidos são postos em circulação, em movimento centrífugo e igualmente espiralado. No campo da produção há um enovelamento dos sentidos, uma condensação de signos. Ao ser consumido, o videoclipe, tal qual um novelo, é desfiado, e suas complexidades transformadas em traços, linhas, fios para os quais o espectador encontra outras conexões e significados.

A noção de circulação busca corrigir o fato de que as coisas são apreendidas em uma parte reduzida do seu trajeto, a compreensão do circuito efetuado pelas coisas é complexa e dificilmente alcançada. Em geral, as coisas só são apreendidas por um momento e se perdem no caudal do seu curso. A noção de circulação comporta várias possibilidades e muitas variantes, pois é a noção de circularidade aberta que está em jogo, na forma de uma espiral. (DRAVET, CASTRO, 2014)

A partir de tais pressupostos e considerando que: a) O imaginário é uma estrutura antagônica e complementar sem a qual não haveria o real para o homem ou nem mesmo a realidade humana (MORIN, 2007; b) a informação circulante espalha-se, multiplica-se, se polimorfiza em circuito feno-eco-organizacional cada vez mais vasto, diverso e complexo (MORIN, 2007); e c) as culturas – religiosa, nacional, humanista e de massa – também circulam entre si, se alimentam e se retroalimentam (DRAVET, CASTRO, 2014), propõe-se analisar o videoclipe “Vai, Malandra” como um exemplo de circulação do arquétipo polimórfico do malandro e interpretar os caminhos possíveis pelos quais essa entidade mítica presente em terreiros de umbanda chega à cultura pop. Como afirma Prandi (2014), é difícil pensar o Brasil sem recorrer a essa religião e seus congêneres, portanto, é previsível que a cultura pop brasileira, assim como ocorre com a literatura, o teatro, o cinema e a mídia, também apresenta entrelaçamentos com arquétipos e personagens do imaginário umbandista.



## ECO-REBEL

Para entendermos a Fórmula o Pathos (Pathosformel), precisamos ponderar alguns pressupostos, como a tese, *a renovação da arte pagã* (WARBURG, 2013), em que ele observou a presença de gestos e posturas que chama de “mímica intensificada”, ao qual denomina de Pathos, uma eloquência de movimentos, que denomina de “movimento da alma”, um acontecimento da alma, passada pelo corpo e percebida nas expressões artísticas. Foi a partir do seu *L’Atlas Mnemosyne* (2012) ao montar suas pranchas com as artes similares que criou-se a ideia do Pathosformel, a emoção expressa no corpo e cristalizada em uma fórmula e imagem.

Como apontamos anteriormente, para a nossa pesquisa, não poderíamos analisar apenas o arquétipo, já que esse fala apenas da ancestralidade, mas devemos achar a fórmula do pathos para entender a sobrevivência do arquétipo e sua circulação midiática. Como na teoria warburguiana (2012) fazemos uma prancha com as imagens de personagens midiáticos da cultura brasileira para a devida análise presente das emoções e expressões das figuras, na tentativa de delimitar esse pathosformel, como definiu o autor: “fórmulas genuinamente antigas para as expressões exacerbadas do corpo ou da alma” (Warburg, 2012, p. 91 - tradução livre).

A prancha abaixo contém imagens dos tricksters midiáticos brasileiros como o Didi dos trapalhões, Anitta, João grilo do Auto da Compadecida, Urias, Alexandre Pires, Manaus da série Cidade Invisível, Paulo Gustavo, marca do aplicativo “Zé Delivery”, Teatro e livro “Ópera do Malandro”. Após aproximarmos essas imagens, tentamos traçar o lugar do pathos, o primeiro caráter é perceber a mímica intensificada, o lugar da alma das imagens, na própria postura, gestos, feições, após, percebermos as próprias destrezas de cada personagem, que manifesta a arquetipologia do trickster a partir da malandragem, sendo essas as primeiras pistas de como esse arquétipo ressurgiu nas produções midiáticas brasileiras a partir da caráter atávico do pathos.

## ECO-REBEL

Figura 1: Prancha de imagens de Tricksters brasileiros.



Fonte: Os autores.

### Considerações finais

A cultura pop é um campo fértil para o surgimento de fenômenos midiáticos que movimentam sentidos além dos estrategicamente previstos para estimular o consumo, especialmente no segmento musical. Essas imagens circulam na mídia como uma reatualização do trickster, personagem mítico presente em diversas mitologias que tem como principais características a esperteza, a trapaça, a sátira, o hedonismo, o trânsito entre o humano e o divino. É o trickster agente da desorganização da ordem estabelecida e, desta forma, gerador de movimento na cultura. No Brasil temos diferentes tricksters que circulam na cultura e que saltam para dentro das narrativas literárias, cinematográficas e midiáticas. Os malandros estão por toda parte, são universais. Como pode ser visto a partir da prancha em questão, os próprios personagens da cultura brasileira são uma atualização do Trickster em circulação na mídia para retratar a imagem do brasileiro, ressurgindo e sobrevivendo a partir do Pathosformel.

Zé Pelintra adentra o imaginário da umbanda nos anos 1930 no Rio de Janeiro, encontrando um próspero ambiente mito-religioso para se desenvolver, porém, é um ambiente marginal. Para Dravet e Castro (2014), a marginalia ocupa a obscuridade das periferias afastadas, dos becos sombrios, ladeiras, zonas do baixo meretrício e nos terreiros de periferia, todos lugares que a boa sociedade não frequenta. “A música funk carioca é uma fala cantada ou um canto falado sobre uma base rítmica. Essa fala é a das camadas mais pobres da juventude das áreas sub urbanizadas do

## ECO-REBEL

estado do Rio de Janeiro” (CACERES, FERRARI, PALOMBINI, 2014, p. 177). A favela se ocupa do imaginário como ambiente em contraponto aos bairros nobres do Rio – uma relação que vai além da geografia labiríntica do morro em oposição à planície das praias das elites. Em uma possível aproximação entre mito e cultura pop, da mesma forma que um terreiro de umbanda ou candomblé, a favela é um espaço comunitário. No vídeo, a cenografia é o reino marginal do malandro, espaço de dubiedades, mestiçagens e movimentações. Do corpo branco com gestual negro, do individual para o coletivo, do masculino para o feminino, do visível para o invisível. Não existe um malandro, mas um conceito de malandragem.

[...] se transforma em chantagem, engano, logro, convencimento, sedução, ameaça, esperteza, em suma, estratégias de negociação que se constroem na aproximação com o outro e por isso mesmo não podem ser fixas nem decodificadas. [...] Compreendido como conceito, o malandro é reduzido à concepção de objeto – delineável, aprisionável –, apreendido como metáfora, percebemos, então, que lidamos com multiplicidade de discursos que invocam o caráter sempre em deslocamento das representações. (Dealtry, 2009, p. 46-47)

É notório a manifestação do trickster, tanto nas imagens da prancha quanto nas imagens do Zé Pelintra, sendo então, essa mitologia o palco para o malandro existir e estar presente no inconsciente coletivo da cultura brasileira. Ao refletir sobre o lugar do Pathos percebemos alguns eixos que compõe a sobrevida da imagem arquetipológica, como a vestimenta dos personagens, os gestos, o corpo e performance, como visto na teoria warburgiana, o lugar do pathos diz sobre o movimento das almas cristalizadas em uma imagem, ao pensar no pathos do malandro, é nítido esse lugar da alma dos personagens, principalmente em suas gesticulações que estão em consonância com o imaginário do malandro.

Como primeira análise, temos revelado que o pathos do malandro é consolidado a partir dos eixos descritos acima, ele sobrevive pelo seu caráter atávico e é circulado pela mídia, sendo presente demasiadamente na cultura brasileira, principalmente na cultura pop. Por maior que seja a mudança de época, expressão, sacralidade, rito, ele sempre mantém o caráter de alma passado para o corpo em suas reproduções e sentidos, sendo essa sobrevivência além de algo cultural e alimentando o inconsciente coletivo brasileiro.

O malandro está em circulação, salta de plano em plano, dança em cada ângulo e movimento de câmera, abraça, faz amizade, toma cachaça, possui jogo de cintura. O malandro, mito da umbanda, não surge em imagem visível, mas está disperso em vários atributos dos personagens, desde vestimentas até na performance. O malandro, em forma de malandragem, é o

## ECO-REBEL

sopro de vida (Exu) em todos os corpos figurados no filme. Hiperloquente, o malandro é retórico em cada batida, olhar, letra da trilha sonora e movimento do corpo. Se Exú é dono do corpo e se a “tela é o altar” (GAIMAN, 2016), para uns os personagens da cultura brasileira são uma reatualização do ritual afro-ameríndio-brasileiro da gira que incorpora o malandro e, para outros, espaço de adoração do malandro. Agora, a pós-vida do malandro mítico é audiovisual, digital, pop e midiática. Sendo o malandro, a representação do brasileiro.

### Referências

AUGRAS, Monique. Zé Pelintra, patrono da malandragem. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Negro Brasileiro Negro**, nº 25, p. 43-49. Rio de Janeiro: IPHAN, 1997.

ASSUNÇÃO, Luiz. **O reino dos mestres: A tradição da jurema na umbanda nordestina**. Rio de Janeiro: Pallas, 2010.

BERGSTEIN, Tânia. **Tânia Bergstein**: depoimento [out. 2018]. Entrevistador: Hertz Wendel de Camargo. Curitiba, Terreiro de Umbanda Vovó Benta, 2018. Entrevista concedida ao projeto “Etnografias urbanas: mitos, consumo e narrativas contemporâneas” do PPGCOM-UFPR.

CACERES, Guillermo; FERRARI, Lucas; PALOMBINI, Carlos. A Era Lula/Tamborzão: política e sonoridade. **Revista do Instituto de Estudos Brasileiros**, Brasil, n. 58, p.157-207, jun. 2014.

DANDARA; LIGIÉRO, Zeca. **Iniciação à umbanda**. Rio de Janeiro: Pallas, 2013.

DEALTRY, Giovanna. **Malandragem na literatura e no samba**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2009.

DRAVET, Florence; CASTRO, Gustavo de. O imaginário do mal no cinema brasileiro: as figuras abjetas da sociedade e seu modo de circulação. **E-Compós**, 2014.

DRAVET, Florence. Corpo, linguagem e real: o sopro de Exu Bará e seu lugar na comunicação. **Ilha do Desterro**. v. 68, nº 3, p. 015-025, Florianópolis, set/dez 2015.

FERNANDES, Cassio. Aby Warburg entre a arte florentina do retrato e um retrato de Florença na época de Lorenzo de Medici. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n.41, p. 131-163, 2004.

GAIMAN, Neil. **Deuses americanos**. Edição preferida do autor. Trad.: Leonardo Alves. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2016.

GELUSSI, Marianna. La scultura dipita: disegni e deduzioni dai sarcofagi nel Quattrocento. In: CENTANNI, M. (ed.) **L’Originale assente: introduzione allo studio della tradizione classica**. Milano: Bruno Mondadori, 2005. p. 405-422.

## ECO-REBEL

HYDE, Lewis. **A astúcia cria o mundo**. Trickster: trapaça, mito e arte. Trad.: Francisco R. S. Innocêncio. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

JUNG, C. G. **Os Arquétipos e o inconsciente coletivo**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011.

Ligiero, Zeca. **Malandro divino**. Rio de Janeiro: Record, 2ª ed, 2010.

MORIN, E. Cultura de massas no século XX. v. 1. **Neurose**. Rio de Janeiro: Forense, 2007.

MOURA, Roberto. Prefácio in LIGIÉRO, Zeca. **Malandro divino**: a vida e a lenda de Zé Pelintra, personagem mítico da Lapa carioca. Rio de Janeiro: Record: Nova Era, 2004.

PRANDI, Reginaldo. Prefácio in CARNEIRO, João Luiz. **Religiões afro-brasileiras**. Uma construção teológica. Petrópolis: Vozes, 2014.

ROCHA, Everardo. **Magia e capitalismo**: um estudo antropológico da publicidade. São Paulo: Brasiliense, 2010.

SOARES, Thiago. **Percursos para estudos sobre a cultura pop**. In SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério (Orgs.). Cultura pop. Salvador: EDUFBA, 2015.

THOMPSON, Robert Farris; CORNET, Joseph. **The four moments of the sun**: Kongo art in two worlds. Washington, DC: National Gallery of Art, 1981.

WARBURG, Aby. **A Renovação da Antiguidade Pagã**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

WARBURG, A. **L'Atlas Mnémosyne**. Paris: L'Écarquillé, 2012.

Aceito em 10/12/21.

ECOLINGUÍSTICA: REVISTA BRASILEIRA DE  
ECOLOGIA E LINGUAGEM (ECO-REBEL), V. 7, N. 3, 2021.