

Globethics Repository

The logo for Globethics, featuring the word "Globethics" in white sans-serif font on a blue rectangular background.

Símbolos arcaicos, mágicos e religiosos em um cartaz da revolução cultural chinesa Rodrigo Wolff Apolloni
[Archaic , magical and religious symbols on a poster of Chinese cultural revolution Rodrigo Wolff Apollon]

This page was generated automatically upon download from the Globethics Repository.
More information on Globethics see <https://www.globethics.net>. Data and content policy of Globethics Repository see <https://repository.globethics.net/pages/policy>.

Item Type	Article
Authors	Yuan Chiang, Chang
Publisher	Faculdade de Filosofia, Ciência e Letras de Ribeirão Preto
Rights	Creative Commons Copyright (CC 2.5)
Download date	2026-07-17 02:04:20
Link to Item	http://hdl.handle.net/20.500.12424/199469

Símbolos arcaicos, mágicos e religiosos em um cartaz da revolução cultural chinesa

Archaic, magical and religious symbols in a Chinese cultural revolution poster

Rodrigo Wolff Apolloni*

Chang Yuan Chiang**

Resumo: O artigo investiga a presença de elementos simbólicos, muitos deles associados ao pensamento religioso chinês, em um cartaz da Revolução Cultural Chinesa. Para tanto, utiliza uma metodologia que associa diferentes áreas do conhecimento: Estudos Chineses (dentro dos quais, Estudos da Religiosidade Chinesa), Língua Chinesa e os símbolos a ela associados, Simbolismo, História, Teoria do Cartaz e Sociologia da Imagem. A aproximação em relação à temática chinesa no cartaz passou por um esforço de tradução e análise do texto escrito que o compõe. Para se aproximar de elementos da História, cultura e simbolismo religioso sínico presentes na peça de propaganda, utilizaram-se trabalhos de *scholars* como M. Granet, A. Cheng (Escolas de Pensamento, Simbolismo Religioso), K. Stevens (Religiosidade Popular e Iconografia Religiosa) e J. Spence (História), bem como obras literárias e cinematográficas chinesas. No que respeita aos símbolos (em seu caráter universal), ajudaram as observações de M. Eliade. Em relação aos aspectos associados especificamente aos cartazes, apelou-se a L. Gervereau (História), A. Moles (Teoria do Cartaz) e V. Flusser (Sociologia da Imagem; Teoria da Leitura Imagética). Com base no cruzamento dos referenciais teóricos, demonstra-se que a *intelligentsia* da Revolução Cultural utilizou símbolos arcaicos – religiosos e políticos – em peças de propaganda devotadas a promover um discurso de destruição e substituição dos antigos valores.

Palavras-chave: Revolução Cultural Chinesa, Simbolismo Religioso Chinês, Teoria do Cartaz, Leitura Imagética.

Abstract: This article investigates the presence of symbolic elements, many of them associated with Chinese religious thought, in a propaganda poster of the Chinese Cultural Revolution. To this end, using a methodology that combines different areas of knowledge: Chinese Studies (within which, the study of religiosity Chinese), Chinese language and symbols associated with it, Symbolism, History,

* Rodrigo Wolff Apolloni (rwapolloni@gmail.com) é mestre em Ciências da Religião pela PUCSP e doutor em Sociologia pela UFPR.

** Chang Yuan Chiang (chang.yu@terra.com.br) é professor de mandarim do Centro de Línguas e Interculturalidade da Universidade Federal do Paraná – CELIN-UFPR.

Theory and Sociology Poster Image. The rapprochement with the Chinese theme became the poster, at first, by an effort of translation and analysis of written text that compose it. To approximate the elements of history, culture and religious symbolism present in the Sinic piece of propaganda, the authors used the work of scholars such as M. Granet, A. Cheng (Schools of Thought, Religious Symbolism), K. Stevens (Popular Religiosity and religious iconography) and J. Spence (History) as well as Chinese literary works and films. With regard to the symbols (in their universality), appealed to the observations of M. Eliade. In relation to issues associated specifically with posters, appealed to L. Gervereau (History), A. Moles (Poster Theory) and Flusser (Sociology of the Image, Imagery Theory of Reading). Based on the intersection of the theoretical, the authors have demonstrated that the intelligentsia of the Cultural Revolution used archaic symbols - religious and political - in advertising devoted to promoting a discourse of destruction and replacement of old values.

Keywords: Chinese Cultural Revolution, Symbolism, Iconography, Chinese Religions, Poster Theory, Imagetic Reading.

Introdução

Este artigo nasceu da articulação de interesses de dois pesquisadores associados à Universidade Federal do Paraná, ligados às áreas de Sociologia, Língua e Cultura Chinesas. O impulso para sua produção foi dado no primeiro semestre de 2009, no decurso de uma disciplina ministrada no Programa de Pós-Graduação em Sociologia da mesma instituição. Buscava-se, então, examinar os elementos conformadores – inclusive, os associados aos aspectos simbólicos e religiosos - dos perfis das militâncias anarquista e comunista no mundo e no Brasil.

Percebendo o pequeno número de trabalhos locais relacionados à militância comunista chinesa – como, de resto, aos Estudos Chineses associados à religiosidade e aos símbolos dessa cultura -, os autores buscaram um objeto de pesquisa que lhes permitisse conjugar e abranger, ainda que em caráter inicial, o conjunto temático em questão. O objeto escolhido foi a Revolução Cultural Chinesa, mais especificamente seus cartazes de propaganda. Buscou-se, então, obter os subsídios necessários à análise. Inicialmente, os pesquisadores adquiriram uma coleção de dezoito cartazes de propaganda – entre originais e reproduções – da Revolução Cultural Chinesa.¹Destes, um (Fig. 01) foi selecionado para uma leitura que abrangesse linguagem, iconografia e simbolismo.

¹ As peças, incorporadas ao acervo do Centro de Estudos de Cultura e Imagem da América Latina (CECIAL-UFPR), foram apresentadas ao público em exposição realizada na própria Universidade em outubro de 2009.

A escolha do cartaz-objeto da análise, vale observar, partiu da percepção primária de elementos iconográficos associados à Revolução Cultural: as figuras de Mao Zedong, dos guardas revolucionários e do célebre “Livro Vermelho”. Os autores buscaram, então, relacionar chaves semânticas capazes de fazer a peça revelar elementos simbólico-religiosos menos aparentes em uma leitura padrão.

Como peça relacionada à propaganda, o documento demandaria, inicialmente, localização no contexto do chamado Cartazismo Político. Para isso, os autores apelaram para os referenciais teóricos e históricos dos pesquisadores franceses Abraham Moles e Laurent Gervereau. O primeiro é um importante teórico da comunicação, com trabalhos significativos sobre o cartaz em publicidade e propaganda; o segundo, um historiador reconhecido por seu trabalho no campo da iconografia política.

A etapa seguinte foi a de tradução das frases do cartaz para o português. Ao traduzi-las, os autores puderam avançar para os campos do simbolismo e das conexões simbólicas e religiosas associadas à peça.

O processo de leitura abrangeu, também, aos elementos imagéticos (não escritos) que compõem o cartaz. Para essa leitura, os autores fizeram uso de fontes teóricas voltadas à China, aos seus símbolos e iconografia religiosa – autores como Marcel Granet e Jonathan Spence –, bem como de fontes literárias e cinematográficas. Para uma leitura simbólica associada a conteúdos universalmente compartilhados, o autor utilizado foi Mircea Eliade.

Por fim, mas não menos importante, o entendimento do cartaz como “unidade” constituída pela associação imagem-texto foi feito a partir das ideias de Vilém Flusser acerca da leitura da imagem técnica.²

Com base nos elementos obtidos, os autores puderam desenvolver respostas preliminares a questões relativas à composição da “ideia força” do cartaz. Buscaram demonstrar, enfim, que muito de seu apelo revolucionário nasce do uso de elementos do imaginário religioso e do período imperial chinês. O tema não se esgota em um único artigo; é possível, inclusive, que



² O cartaz em questão não inclui uma imagem técnica (fotografia) em seu conjunto gráfico. A gravura, com efeito, se constitui como “imagem tradicional” flusseriana. Nessa condição, contudo, ela reúne, de forma dramática, as condições de “circularidade da leitura” que constitui a marca central da apreensão imagética.

o maior valor do estudo resida na proposta de avançar em um tema ainda pouco trabalhado em nosso universo acadêmico.

Considerações sobre o cartaz, o cartazismo político e sua situação na Revolução Cultural Chinesa

O cartaz, seja ele publicitário ou de propaganda, observa Abraham Moles, guarda *características próprias* em relação a outras expressões imagéticas, como fotos, ilustrações em publicações, filmes e internet. As principais delas são: sua necessária localização no espaço público (1); medidas físicas avantajadas - por buscar a visão à distância, um cartaz é sempre maior do que uma peça que “chega às mãos” do leitor (2); e, normalmente, a associação entre imagem e texto escrito - o cartaz, via de regra, é uma “imagem comentada” (3)³.

Mais do que características próprias, porém, o cartaz guarda *funções próprias*. Um cartaz se presta: (1) a *informar*, a martelar no passante a mensagem “*saiba que*”; (2) a *convencer* ou *seduzir*, fazendo uso, para tanto, de meios geralmente explícitos ou expressionistas; (3) a *educar*, fazendo uso de um mecanismo a que o autor denomina “autodidaxia”, ou seja, a apreensão de elementos culturais (muitas vezes, de importância secundária ao emissor da mensagem) por meio da contemplação frequente; (4) a *se inserir no contexto urbano* sem perder suas características (função de ambiência); (5) a *despertar o interesse estético* evocando, por meio de cores e imagens, conteúdos mentais (artísticos, simbólicos); e (6) a *ser um espaço de criatividade* para o artista responsável por sua consecução.⁴

Ao expor a peça estudada às características e funções dadas por Moles, percebemos que ela, de fato, se enquadra na categoria “cartaz”. Sua leitura fora do contexto histórico e situacional (os muros da cidade), faz com que ele dê retorno positivo nos seguintes elementos:

- Em relação às *características próprias*, as medidas físicas avantajadas (o cartaz em estudo possui 75 cm x 52 cm) e a associação entre imagem e texto (imagem comentada), claramente perceptível nos contextos extra-imagético (moldura) e imagético;

- Em relação às *funções próprias*, as capacidades de *informar* (difundir “boa nova”); *convencer* ou *seduzir* (ao se utilizar de mensagens diretas e imagens caras ao espírito chinês); *educar* (ela adota símbolos tradicionais da cultura e das religiões chinesas, forçando a autodidaxia); e *despertar o interesse estético* (ao utilizar cores, evocar a beleza e apelar para o imaginário da cultura, abre uma porta para o universo simbólico do leitor).

³ A. MOLES, O Cartaz, pp. 15-20.

⁴ Ibid. pp. 53-57.

Examinadas as características fundamentais do cartaz a partir de dado filtro teórico, é possível passar à etapa de colocação dessa modalidade de elemento imagético e da peça em estudo no contexto da política.

Cartaz político e História

Em “*Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*”, Laurent Gervereau fornece um panorama histórico do cartaz político, relacionando sua origem às estruturas de poder, à necessidade de disseminação de informações e ao desenvolvimento das tecnologias do papel e impressão⁶. Mostra também que muito cedo, desde, pelo menos, o surgimento da litografia a cores, no final da década de 1860, os artistas responsáveis pela produção das obras faziam uso intenso e explícito de referências religiosas, simbólicas e mitológicas⁷.

A configuração do moderno cartaz na Europa, ao longo do século XIX, coincide com a organização de grupos socialistas, anarquistas e comunistas. Seu apelo, alcance e poder de arregimentação farão também com que, desde cedo, essa esquerda se utilize de cartazes, apelando a referências simbólico-religiosas e desenvolvendo e repisando determinadas temáticas, calcadas em personagens síntese (como “O Operário”, “O Agricultor”, “O Jovem”) e em elementos como a cor vermelha, bandeiras, o sol e ferramentas (Fig. 2)⁸.



⁵ L.GERVEREAU, *Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*.

⁶ Uma questão central nas discussões sobre o cartaz reside em sua data de aparecimento. Se considerarmos o cartaz possível quando do surgimento do papel, é possível retroceder ao século IV, na China e Coreia; se o considerarmos com o barateamento da impressão, ele se torna possível apenas no século XIX. Há que se considerar, porém, elementos relacionados à intenção do autor e à sua disposição de replicar a peça, independente dos meios técnicos para isso. Um exemplo é dado por DARNTON, em que o autor aborda o impacto dos panfletos políticos durante a Revolução Francesa. Cf. R.DARNTON, R. *O Beijo de Lamourette*.

⁷ Ver, por exemplo, a representação de Britânia, símbolo da Grã-Bretanha, atacada por uma criatura simiesca simbolizando o socialismo em um cartaz do início do séc. XX, Cf. L.GERVEREAU, *Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*, p. 25.

⁸ Fig. 2: à esquerda, cartaz russo de 1917, de Piotr Boutchkine; no centro, cartaz italiano de 1898, de Barberi; à direita, cartaz húngaro produzido para o 01º de maio de 1898. Imagens em L.GERVEREAU, *Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*, pp. 57, 29 e 33.

Nas décadas seguintes, com a chegada ao poder da esquerda em vários países, a relação de elementos iconográficos da propaganda ganharia outro componente: o ideólogo e (ou) líder político, representando personagens como Lênin, Stálin e Mao Zedong. Essas representações resgatam e ressignificam a dimensão simbólico-religiosa e mitológica aludida anteriormente: já não há mais “Britânia” ou “O Trabalhador”, mas indivíduos convertidos em “gigantes”, “patriarcas” ou “deuses” que se elevam sobre a massa⁹.

O cartaz que estudamos pertence ao momento mais agudo do culto à personalidade na China, a Revolução Cultural. Voltando à coleção de Gervereau, encontramos uma peça esquematicamente semelhante (Fig. 3)¹⁰, um cartaz soviético dos anos cinquenta que, como o cartaz de Mao, apresenta os líderes em dimensões “titânicas” diante dos demais elementos imagéticos. Em ambos os cartazes aparecem a multidão em parada ou “procissão”, assim como bandeiras vermelhas e inscrições de propaganda dentro e fora dos limites da imagem. Ambas as peças, vale ressaltar, não se afiliam a um tipo raro; o esquema que soma líderes agigantados, bandeiras e a multidão é comum na propaganda dos países comunistas.



⁹ Nos antigos cartazes, vale observar, a identidade do protagonista não era dada. Ele era o “operário”, o “agricultor” ou o “jovem”, por exemplo, e representava todo um segmento nacional ou universal de indivíduos.

¹⁰ Cf. L.GERVEREAU, *Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*, p.120.

Cartazismo e Revolução Cultural Chinesa

Em sua análise do cartaz na Revolução Cultural Chinesa, Laurent Gervereau observa uma diferenciação tanto das fontes produtoras quanto das receptoras das obras. No que respeita às primeiras, cita grupos produtores de cartazes e charges em Beijing, Kiangsou e Houpei¹¹, mais próximos do poder central e mais dotados de recursos financeiros. O autor não se refere, porém, aos cartazes produzidos pelos corpos revolucionários populares que ganharam expressão a partir de 1967.

Em relação às fontes receptoras, sua diversidade se justifica pelo momento histórico: em um período de descolonização e recolonização de países da Ásia, África e América Latina, a propaganda de esquerda focava tanto os “povos oprimidos” quanto os jovens e as minorias dos países capitalistas centrais. Na época, vale lembrar, as comunicações de massa já estavam suficientemente desenvolvidas para difundir amplamente as mensagens dos cartazes.

Por combater em duas frentes – uma doméstica, associada à a Revolução Cultural, e outra externa, associada ao discurso anti-imperialista de Mao¹² – a máquina chinesa de propaganda também produziu peças em inglês, árabe, francês e espanhol¹³. As produção chinesa abrangia desde peças tecnicamente mais avançadas, multicoloridas e centradas no realismo socialista stalinista da década precedente, a *banners* escritos à mão (os chamados *dàzìbào*, 大字报)¹⁴. O cartaz em análise neste artigo – uma xilogravura escrita em chinês – se inclui na categoria das peças produzidas por um grupo localizado de revolucionários¹⁵ para consumo local.

Tradução e simbologia das mensagens escritas

Como observado, o cartaz estudado mescla imagens e texto e produz uma estrutura que, pela amplitude de leitura, reforça sua ideia força. Trata-se de uma peça clássica, segundo o enunciado de Abraham Moles: “[aquela] cujo sentido se constrói tão-somente por intermédio de uma palavra ou texto escrito, muitas vezes sumário, mas onde o binômio imagem + seu comentário é indissociável”¹⁶.

Apelando a Vilém Flusser – que observa as diferenças psicotemporais e de composição do pensamento do leitor a partir da apreensão de mensagens oriundas

¹¹ Ibid, pp. 139-140.

¹² Expresso em textos como “O imperialismo americano é um tigre de papel”, de 1956 (cf. S.ZIZEK, *Mao – Sobre a Prática e a Contradição*, pp.134-138).

¹³ Cf. L.GERVEREAU, *Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*, p.138.

¹⁴ A internet guarda algumas coleções de cartazes da Revolução Cultural Chinesa, dentre as quais há muitas peças em xilogravura. Ver, por exemplo, <<http://www.iisg.nl/landsberger/crc.html>> e <<http://www.zitantique.com/woodblock.html>> (c. 28.08.09).

¹⁵ Como veremos mais à frente, a “Tropa Vermelha [Popular] Rebelde 18 de Agosto”, da Universidade Nánkai.

¹⁶ A.MOLES, *O Cartaz*, p.20.

de imagens tradicionais (desenhos), imagens técnicas (fotografias) e texto¹⁷, é possível perceber o poder que reside em uma peça imagética como a que estamos investigando. No caso em estudo, essa composição é realçada pelo fato de o autor também utilizar texto *dentro da imagem*, como parte dela, sem, contudo, roubar-lhe a estrutura imagética de leitura¹⁸.

Em se tratando de um cartaz produzido em chinês, a tradução dos componentes escritos é essencial para que se tenha a sua apreensão *de fato* e não a mera recepção de uma imagem pura deduzida, por seu formato geral, como cartaz. Buscamos, portanto, desenvolver a tradução e apresentá-la antes de fazer a análise dos símbolos gráficos do cartaz. Essa sequência de trabalho visa aumentar o nível de apreensão dos conteúdos pelo leitor brasileiro.

Tradução das frases do cartaz

Nosso cartaz possui textos em dois contextos, que denominamos “imagéticos” e “extra-imagéticos”. Os “extra-imagéticos” podem ser lidos como palavras comuns e funcionam como elemento de afirmação, complementação ou explicação da imagem. Somados à imagem, determinam a própria ideia força do cartaz.

Os textos “imagéticos”, por sua vez, pertencem ao contexto da própria imagem e, em tese, seriam apenas parte dela. Como a maioria dos ideogramas é legível e compõe mensagens coerentes, porém, elas se inscrevem em uma categoria que, segundo os critérios flusserianos, poderíamos denominar “mista”. Isso porque eles podem ser lidos, ao mesmo tempo, linear e circularmente¹⁹.

Encontramos dez frases legíveis no cartaz, apresentadas na Tabela 1.

¹⁷ Para FLUSSER, as imagens – artísticas ou técnicas – propiciam uma “leitura circular” de caráter permanente, na razão em que os elementos que as compõem são lidos um após o outro, em um processo enriquecimento semântico que “devolve” ao leitor um produto constituído com a contribuição significativa dos conteúdos mentais dele próprio. Os textos escritos, por sua vez, propiciam uma “leitura linear”, na razão em que desfiem e reconstituem imagens em uma mensagem que chega ao leitor “consolidada”, deixando de fora o processo de composição de significado a partir da deambulação mental. Cf. FLUSSER, *Filosofia da Caixa Preta – Ensaios para uma Futura Filosofia da Caixa Preta*.

¹⁸ Esse “respeito gráfico” é confirmado em uma das escritas localizadas dentro da imagem. Trata-se da faixa horizontal situada à esquerda, parcialmente encoberta por um banner vertical. A sobreposição, porém, não prejudica o texto escrito, que é interrompido antes e retomado depois do “obstáculo” à leitura.

¹⁹ Em certa medida, é possível afirmar um caráter misto na própria escrita chinesa, que não abandonou sua referência pictográfica. Desconhecemos, porém, considerações a respeito do status de leitura dos ideogramas na obra de FLUSSER.

Tabela 1: Frases identificadas no cartaz

Contexto	Frase em Chinês	Tradução
Extra-imagético	“祖国山河一片红”	“O território da Pátria é uma vastidão vermelha”
	“一九六七年南开大学八一八红色造反兵团”	“1967, Universidade Nánkai, Tropa Vermelha (Popular) Rebelde 18 de Agosto”
Imagético	“囍”	“Dupla Felicidade”
	“革命委员会好”	“O Comitê Revolucionário saúda”
	“敬祝毛主席万寿无疆”	“Respeitosamente deseja ao <i>chairman</i> Mao dez mil [anos de] longevidade sem limite”
	“毛主席万岁!”	“Dez mil anos [de vida] ao <i>Chairman</i> Mao!”
	“中国共产党万岁!”	“Dez mil anos [de vida] ao Partido Comunista Chinês!”
	“把无产阶级文化大革命进行到底”	“A vanguarda proletária da Grande Revolução Cultural Chinesa [seguirá] até o fim”
	“伟大领袖毛主席万岁”	“ <i>Dez mil anos</i> [de vida] ao grande líder, o <i>Chairman</i> Mao [Zedong]”
	“毛泽东选集”	“ <i>Antologia</i> [ou Obras Esco- lhidas] <i>de Mao Zedong</i> ”

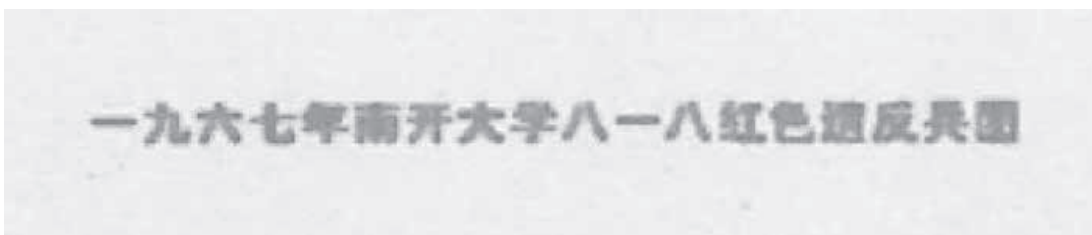
Frases do contexto extra-imagético

A primeira frase inscrita no contexto extra-imagético é a que se localiza na base da imagem (Fig. 4). Seus ideogramas são grandes e seus traços, retos. Interpretada exclusivamente por sua posição, ela pode ser compreendida como o “comentário” da imagem a que alude Moles.



A frase traz os seguintes ideogramas: “祖国山河一片红”. Em chinês romanizado pelo sistema *pīnyīn*²⁰, a frase é transliterada da seguinte maneira: “*zǔguó shān hé yīpiàn hóng*”. Sua conversão para o português: “祖” (*zǔ*, “ancestral”, “fundador”, “avô”), associado a “国” (*guó*, “nação”, “país”), formando a expressão “祖国” (*zǔguó*, “pátria”, “terra-mãe”); “山” (*shān*, “montanha”); “河” (*hé*, “rio”), formando a expressão “山河” (*shānhé*, “território”); “一” (*yī*, “um”), associado a “片” (*piàn*, “área”, “porção”), formando a expressão “一片” (*yīpiàn*, “vastidão”, “imensidão”); e “红” (*hóng*, “vermelho”). Traduzida, a frase revela a mensagem: “O território da Pátria é uma vastidão vermelha” ou “O território da Pátria, uma vastidão vermelha”.

A segunda das frases inscritas no contexto extra-imagético é o que poderíamos chamar de “índice” do cartaz. Localizada abaixo e à direita, fora da moldura, foi produzida com caracteres minúsculos (Fig. 5). Ela se reveste de caráter documental, de leitura absolutamente linear, e pode indicar tanto o interesse do produtor em localizar sua obra quanto o do indivíduo que tenha reproduzido uma peça original e decidido contextualizá-la em um sistema de arquivamento.



A frase, “一九六七年南开大学八一八红色造反兵团”, é transliterada como “*yījiùliùqīnián Nánkai dàxué bāyībā hóngsè zàofǎn bīngtuán*,” e traduzida como “一九六七年” (“*yījiùliùqīnián*,” “[ano de] 1967”), “南开大学” (“*Nánkai dàxué*,” “Universidade Nánkai”), “八一八” (“*bāyībā*,” “oito um dezoito”), “红色” (“*hóngsè*,” “vermelho”, aqui no sentido de “popular”), “造反” (“*zàofǎn*,” “rebelde”) e “兵团” (“*bīngtuán*,” “tropa”, “corpo de exército”): “1967, Universidade Nánkai, Tropa Vermelha (Popular) Rebelde 18 de Agosto”.

Encontramos, aqui, a referência à organização revolucionária responsável pela produção do cartaz. Trata-seda Tropa Vermelha Popular Rebelde 18 de Agosto, também conhecida como “Regimento Rebelde Vermelho 18 de Agosto”. Dispomos de poucas informações a respeito de suas atividades; um documento da época da Revolução Cultural, porém, indica que o grupo, sediado na Universidade

²⁰ Sistema de transliteração de uso corrente na República Popular da China.

Nánkai²¹, em Tiānjīn, foi especialmente ativo em atividades de perseguição e denúncia de “traidores” da revolução comunista chinesa²². Sobre a data – 18 de agosto –, ela se localiza no ano de 1967, e é marcada por um gigantesco comício em Beijing no qual, além de celebrar a Revolução Cultural, os estudantes foram instigados por Lin Biao (ministro chinês da Defesa e líder do Exército de Libertação Nacional) a “*estraçalhar os Quatro Velhos: os velhos conceitos, cultura, costumes e hábitos das classes exploradoras*”²³. O comício marcou o início da fase mais radical de organização e ação dos guardas vermelhos.

Frases do contexto imagético

A imagem do cartaz traz uma série de ideogramas ordenados de forma apropriada para a leitura linear. Há um “ideograma” dominante, localizado na parte baixa e em posição central (Fig. 6), assim como grupos de ideogramas em faixas horizontais (Fig. 7 e 8) e verticais (Fig. 9 e 10). Há, também, ideogramas na capa de um livro empunhado por guardas revolucionários vermelhos.



O ideograma a que chamamos “dominante”, “共”(Fig. 6), mereceu essa denominação em função de seu destaque visual. Suas dimensões são maiores que as dos demais ideogramas do cartaz e ele é apresentado sozinho, em uma moldura enfeitada com crisântemos e carregada por dois personagens – aparentemente,

²¹Fundada em 1919, a Universidade Nánkai é uma das mais prestigiosas da China. Site oficial: <http://www.nankai.edu.cn/english/> (c. 10.10.11).

²² Ver o documento de 1968 “Annihilate every renegade! – Nánkai University ‘Weidong’ Red Guards”, in SCHOENHALS 1996: 95-100, especialmente p. 98.

²³ X.LI, *A history of the Modern Chinese Army*, p.232.

guardas revolucionários vermelhos ou, então, um guarda vermelho (à direita, reconhecível pela braçadeira) e um trabalhador (esquerda) – que seguem à frente do cortejo.

Ao buscar a tradução, descobrimos que o elemento em questão *não é* um ideograma, mas um motivo gráfico tradicional, de caráter mágico (talismã), que os chineses denominam “双喜” (*shuāngxǐ*, “dupla felicidade”). Sua inserção em um contexto de tradução/interpretação de texto se deve à sua origem: ele é formado pela duplicação e fusão do ideograma “喜” (*xǐ*), que significa “feliz” ou “felicidade”. Assim, em uma leitura simples, “囍” pode ser traduzido como “duas felicidades” ou, de forma mais próxima à de seu significado simbólico, como “dupla felicidade”.



Também em situação de destaque (em virtude da posição no plano da imagem e da cor branca, contrastando com o fundo vermelho), temos uma faixa ou placa vertical (Fig. 7) sustentada por guardas revolucionários. Também ornamentada por crisântemos, ela traz os ideogramas: “革命委员会好”. Romanizada, *a faixa revela os dizeres* “*gémìng wěiyuánhuì hǎo*”. Encontramos os seguintes elementos: “革” (*gé*) e “命” (*mìng*), formando a expressão “革命” (*gémìng*, “revolução”); “委” (*wěi*), “员” (*yuán*) e “会” (*huì*), formando a expressão “委员会” (*wěiyuánhuì*, “comitê”, “conselho”); e “好” (*hǎo*, “bom”, expressão utilizada como forma de saudação). Tradução: “O Comitê Revolucionário saúda”.

Acima da faixa vertical branca, sustentada por balões e emoldurando a figura de Mao Zedong à esquerda, temos outra faixa vertical, em vermelho, com nove ideogramas (Fig. 8): “敬祝毛主席万寿无疆” - “*jìng zhù Máo zhǔxí wàn shòu wú jiāng*”. Seus elementos: “敬” (*jìng*, “respeitosamente”, “com deferência”); “祝” (*zhù*, “deseja”); “毛” (*Máo*, sobrenome de Mao Zedong); “主席” (*zhǔxí*, “chairman”,

termo utilizado para designar o presidente da república)²⁴; “万” (*wàn*, “dez mil”, expressão numérica chinesa também utilizada para designar o que é infinito ou incomensurável); “寿” (*shòu*, “vida longa”, “longevidade”); “无” (*wù*, “não ter”, “sem”); e “疆” (*jiāng*, “fronteira”, “limite”). Tradução: “Respeitosamente, deseja ao chairman Mao dez mil [anos de] longevidade sem limite” ou “Respeitosamente, deseja vida infinita ao chairman Mao”.

Emoldurando Mao Zedong à direita, temos duas faixas, uma com cinco ideogramas (em cima) e outra com sete ideogramas (em baixo) (Fig. 9). A faixa de cima traz a seguinte mensagem: “毛主席万岁!”- “*Máo zhǔxí wàn suì*”. Temos, aqui, a repetição dos termos já examinados “chairman”, “Mao” e “dez mil”, aos quais se soma o ideograma “*suì*”, significando “ano”. Traduzida, a frase traz a mensagem: “Dez mil anos [de vida] ao chairman Mao!”

A faixa de baixo, por sua vez, traz a mensagem “中国共产党万岁!”, “*Zhōng guó gòng chǎn dǎng wàn suì*!”. Temos a identificação do Partido Comunista da China, “*Zhōng guó gòng chǎn dǎng*” (sendo “*Zhōng*”, “centro” e “*guó*”, “país, nação”, formando “País do Centro”, denominação tradicional e oficial da China; “*gòng*”, “comum” e “*chǎn*”, “produzir”, “gerar”, formando “comunista”; e “*dǎng*”, “partido” ou “facção”), assim como a expressão “*wàn*” (“dez mil”) e “*suì*”, (“ano”), formando “dez mil anos”. Tradução: “Dez mil anos [de vida] ao Partido Comunista Chinês!”.

A grande faixa horizontal que, na imagem, separa céu e terra traz uma série de ideogramas, alguns encobertos por outras imagens - o que, porém, não impede a leitura da mensagem. Para efeito de tradução, dividimos o texto em duas partes – uma à esquerda (Fig. 10) e a outra à direita (Fig. 11) da figura de Mao Zedong. A frase da esquerda (Fig. 10) é composta por “把无产阶级文化大革命 (encoberto) 进行到底”.

Sua mensagem é: “*bǎ wúchǎnjiējí wénhuà dà géming jìnxíng dàodǐ*”. Temos, na frase, o verbo “*bǎ*”, “agarrar, tomar o controle de”, seguido de “*wúchǎnjiējí*”, significando “proletariado” ou “classe dos despossuídos” (“*wú*”, “não ter”; “*chǎn*”, “produzir”; e “*jiējí*”, “classe”, sendo “*jiē*” o termo usado para “classificação” ou “posição no ranking”, e “*jí*” o termo usado para “nível”); “*wénhuà*”, “cultura chinesa” (“*wén*”, “escrita”, “linguagem”, “cultura” e “*huà*”, “educar”); “*dà*”, “grande”; “*géming*”, “revolução”; “*jìnxíng*”, “rumo” (sendo “*jìn*” o equivalente a “avançar”, e “*xíng*” a “andar”); e “*dàodǐ*”, “até o fim” (“*dào*”, “até”, “rumo”, e “*dǐ*”, “fundo”). Tradução: “A vanguarda proletária da Grande Revolução Cultural Chinesa [seguirá] até o fim”.

²⁴ O termo aparece já no Preâmbulo da Constituição da República Popular da China. Constituição da RPC disp. em <http://english.peopledaily.com.cn/constitution/constitution.html> (inglês) e em http://news.xinhuanet.com/newscenter/2004-03/15/content_1367387_4.htm (chinês) (c. 15.07.09).



A frase da direita (Fig. 11), por sua vez, é composta por nove ideogramas: “伟大领袖毛主席万岁” - “*wěidà lǐngxiù Máo zhǔxí wàn suì*”. Temos o adjetivo “*wěidà*”, significando “grande” (os dois ideogramas, “*wěi*” e “*dà*” são adjetivos de grandeza; juntos, produzem uma expressão que reforça esse caráter em relação ao termo que lhes é associado na frase); em seguida, aparece a expressão “*lǐngxiù*”, “líder” (os dois ideogramas, sozinhos, não possuem significado, sendo usados sempre em associação com outros), seguida de “*Máo zhǔxí*”, “Chairman Mao [Zedong]” e de “*wàn suì*”, “dez mil anos”. Tradução: “Dez mil anos [de vida] ao grande líder, o Chairman Mao [Zedong]”.



Lidas como uma única faixa, as duas frases resultam na seguinte mensagem: “A vanguarda proletária da Grande Revolução Cultural Chinesa [seguirá] até o fim. Dez mil anos [de vida] ao grande líder, o Chairman Mao [Zedong]”.

Situados ao lado de Mao Zedong, no topo da “maré humana” e no lado direito da imagem, estão dois guardas revolucionários. Eles sustentam um livro de capa branca com um título formado por cinco ideogramas (Fig. 12).

A associação inicial lógica seria com o chamado “Livro Vermelho” de Mao Zedong (“毛



主席语录”, “*Máo-zhǔxí yǔlù*”, “Citações do Chairman Mao”), obra de 1966 que ganhou status de símbolo iconográfico da Revolução Cultural Chinesa²⁵. Diante da percepção, na imagem, de vários livros de capa vermelha (mais próximos, em termos iconográficos, do “Livro Vermelho”), buscamos uma confirmação. Em virtude de seu tamanho reduzido, os caracteres são de difícil leitura. Mesmo assim, pudemos chegar aos ideogramas “毛泽东选集”, “*máo zédōng xuǎnjí*”, ou “*Antologia* [ou ainda Obras Escolhidas] de Mao Zedong”. Com efeito, há uma série de “obras escolhidas” de Mao, publicadas ao longo de sua vida e depois dela²⁶.

Simbolismo religioso e político do texto do cartaz

A leitura conjunta das frases permite inferir que a intenção de seu criador foi: a) - afirmar a ideia de uma China tomada, para sempre, pela Revolução comandada por Mao Zedong; b) - afirmar a afiliação da “Tropa Vermelha Rebelde 18 de Agosto” ao movimento revolucionário e ao comando supremo de Mao; e c) – demonstrar e transmitir um sentimento de alegria, respeito e fervor revolucionário.

Se é relativamente simples apreender tais mensagens pela leitura das frases traduzidas, o mesmo não se pode afirmar do simbolismo oculto nos próprios ideogramas e expressões idiomáticas utilizadas. Em virtude do escopo deste trabalho, vamos limitar nossa atenção a quatro elementos: 1) - O nome de Mao Zedong e sua relação com os demais componentes textuais; 2) - A expressão “Dez mil [anos de vida]”; 3) - O ideograma-talismã da “dupla felicidade”; e 4) - A expressão “território”, quando formada pela junção dos ideogramas para “rio” e “montanha”.

Começaremos por uma contagem numérica. O nome de Mao Zedong aparece em 40% das frases do cartaz, o que, no contexto do culto à personalidade, indica a intenção (confirmada pela representação gráfica do líder), de fixar o personagem na mente do leitor²⁷. Vale observar que, enquanto o nome “Mao” aparece quatro vezes, as expressões “Partido Comunista Chinês”, “Revolução Cultural” e “Pátria” aparecem apenas uma vez cada.

Em duas das referências, o nome de Mao Zedong é relacionado a um desejo de vida longa expresso pelas palavras “dez mil anos” (*wàn suì*, 万岁; *wàn shòu*, 万寿). A expressão também aparece relacionada, em uma frase, ao Partido Comunista Chinês. Temos, aqui, a primeira indexação simbólica de uma expressão linguística utilizada no texto. Mesmo que, em chinês, a expressão “dez mil anos”

²⁵ Uma edição completa em inglês do “Livro Vermelho” pode ser encontrada em <<http://www.marx.org/reference/archive/mao/works/red-book/index.htm>> (c. 14.07.09)

²⁶ Ver, por exemplo, <<http://cpc.people.com.cn/GB/69112/70190/70197/70350/index.html>>; para capas de obras em português, ver, por exemplo, <<http://ephemerajpp.wordpress.com/2009/04/28/edicoes-em-lingua-estrangeira-de-pequim-em-portugues-2-textos-de-mao-zedong-2/>> (c. 31.08.09).

²⁷ A respeito do culto à personalidade em Mao, ver J.SPENCE, *Em busca da China moderna*, pp. 562-580.

seja lida como sinônimo de “vida longa” ou “eternidade”, é preciso observar que ela foi forjada em um antigo contexto imperial e teocrático.

Ainda que possa indicar uma unidade numérica (como em “万大学生”, “*wàn dàxuéshēng*”, “dez mil estudantes universitários”), ela também funcionou, desde muito cedo, como advérbio relacionado a uma grandeza de caráter incomensurável - o infinito. No clássico taoísta “*Dàodéjīng*” (“道德經”, “O Clássico da Virtude do Tao”), de Lao Tzu, por exemplo, o termo aparece em sua forma arcaica (“萬”) associado a “物” (“*wù*”, “coisas” ou “criaturas”), formando a expressão “萬物” (“*wànwù*”), utilizada para representar todas as coisas ou seres criados²⁸.

Quando associado à longevidade, o advérbio tem por objetivo transmitir a ideia de “vida sem fim”. Tradicionalmente, a expressão – relacionada à infinitude – era utilizada para reis e imperadores, em especial os da China. No clássico “*西游记*” (“*Xīyóujì*” ou “Jornada para o Oeste”, obra do século XVI escrita por Wu Cheng’em a partir de versões populares), por exemplo, temos a seguinte passagem: “*Diante da porta de entrada do templo, podia-se ler, bordada em caracteres de seda amarela: Vento e chuva quando a estação o exige; para o nosso Senhor, dez mil anos de reinado feliz*”²⁹

Sobre o uso da expressão como indicativo de longevidade colocado em um contexto cosmológico ou imperial-divino, temos as palavras de Marcel GRANET a respeito dos festejos de ano novo na antiga China e seu papel na afirmação simbólica de um desejo de renovação e perenidade do grupo social:

vivos e mortos, seres e coisas, bens e produtos de toda sorte, seres humanos e deuses, mulheres e homens, jovens e velhos, tudo se misturava numa orgia ardente e vivificadora. Os torneios que preparavam essa comunhão total procuravam sobretudo pôr em confronto, de todas as maneiras possíveis, os mortos e os vivos, os velhos e os jovens, todo o passado e todo o futuro. Assim se estabelecia entre as gerações uma continuidade da qual o próprio Tempo se beneficiava – tanto que sua *recomposição* parecia assemelhar-se a um *rejuvenescimento*. Assim, pôde-se imaginar que a festa era celebrada com a intenção de inaugurar o ano novo e preparar o sucesso da temporada agrícola seguinte. Os festejos, entretanto, encerravam-se com um viva que, aos poucos, ia-se repetindo indefinidamente: “Dez mil anos! Dez mil anos!”³⁰.

A leitura de Granet não apenas indica uma utilização arcaica para a expressão “Dez mil anos”, como também resgata o contexto orgiástico e místico no qual ela

²⁸ O ideograma “萬” aparece dezoito vezes no “*Dàodéjīng*”, das quais dezessete associado a “物” e formando a expressão “萬物”. Versão em chinês do “*Dàodéjīng*” disp. em <<http://www.thetao.info/tao/big5.htm>> (c. 20.07.09)

²⁹ WU CH’ÊNG-ÊN, *O Macaco Peregrino ou a Saga ao Ocidente*, pp.368-369.

³⁰ M.GRANET, *O Pensamento Chinês*, p.79.

era empregada, e que prevalece em seu significado mais profundo. Mesmo sem adentrar no aspecto sacrificial da Revolução Cultural Chinesa, podemos acreditar em tal caráter (ao examinar relatos da época e, minimamente, a multidão na imagem), com suas nuances religiosas e orgiásticas profundas, veladas pelo discurso político histórico-crítico, renovador e anti-religioso do movimento.

O terceiro termo, que denominamos ideograma-talismã da “dupla felicidade” (*shuāngxǐ*), chama a atenção por aparecer em um cartaz produzido no contexto da campanha contra os “Quatro Velhos” (velhas ideias, velha cultura, velhos costumes e velhos hábitos) promovida por Lin Piao. Ganha interesse, inicialmente, por seu caráter mágico, na razão em que tradicionalmente é produzido com a intenção de atrair o favor sobrenatural. No cartaz, vale observar, ele aparece à frente, *encabeçando* e *escudando* a parada. Seu significado: expressar, chamar ou desejar a “dupla felicidade”. O *shuāngxǐ* está inscrito em uma classe de motivos gráficos mágicos produzidos pela duplicação de ideogramas. Conforme três fontes primárias pesquisadas³¹, sua origem estaria em uma história popular da Dinastia T’ang (618 – 907 d.C.). De acordo com essas fontes, ele surgiu como coroamento festivo de um romance. A seguir, apresentamos um resumo da história produzido a partir das fontes consultadas:

Em uma pequena vila da China vivia um rapaz de uma família de letrados. Depois de muito estudar, ele começou a prestar exames locais para o serviço público. Tendo logrado êxito nas primeiras provas, prosseguiu rumo às etapas mais difíceis. Sua meta era conseguir um lugar na própria corte imperial. Em determinada época, quando seguia para a capital do império T’ang (a cidade de Chang’an) para a última etapa de um importante exame nacional, sentiu-se mal e foi atendido por um médico e sua filha na vila de Liukeng, situada no sopé do Monte Donghua. Durante o tratamento, apaixonou-se pela jovem e lhe propôs casamento. Como resposta, ela lhe apresentou a primeira parte de um *duìlián* (对联) - poema em duas linhas gêmeas que “dialogam”³² - e disse que, quando ele lhe apresentasse a segunda parte, ela aceitaria o pedido. Recuperado da doença, ele foi para a capital e fez o exame, tendo obtido o primeiro lugar. A prova final consistia em apresentar o verso de resposta à frase de um *duìlián* composto pelo próprio imperador. Ao ouvir o verso, o jovem lembrou do verso recitado pela filha do médico e, sem hesitar, o recitou. As partes se completavam perfeitamente e, ao ouvir o

³¹ Os sites de cultura chinesa <<http://chineseculture.about.com/library/weekly/aa120799a.htm>>, <http://www.char4u.com/article_info.php?articles_id=78> e <<http://www.fengshuimiracle.com/feng-shui/general/463/legend-of-double-happiness-symbol>> (c. 01.08.09)

³² Normalmente, os *duìlián* (对联) são afixados junto às portas (uma linha de cada lado) em ocasiões festivas como o Festival da Primavera (Ano Novo Chinês). Mais do que o apelo poético, eles possuem, evidentemente, apelos gráfico e mágico.

poema, o imperador percebeu que havia encontrado o candidato ideal para o cargo de ministro. Antes de assumir o posto na corte, porém, o jovem voltou à vila de Liukeng e recitou a frase faltante do *duìlián* (fornecida pelo imperador) à filha do médico, que ficou maravilhada com a beleza do verso e cumpriu sua promessa de casamento. Durante a celebração, o casal duplicou o ideograma de “felicidade” em uma folha vermelha de papel para representar o sucesso nos dois eventos (amor e trabalho). Desde então, o motivo gráfico é utilizado para simbolizar (e pedir) amor e sucesso material, sendo especialmente comum em festas de casamento e nos quartos dos jovens casais.

Ao detectar, na tradição popular, a origem do ideograma-talismã da “dupla felicidade”, percebemos sua relação com o paradigma confucionista (ligado ao letramento). Percebemos, também, seu contato com um ambiente de corte (a corte imperial T’ang), assim como seu já comentado apelo mágico, expresso em uma formidável coincidência. Tais elementos se opõem aos valores apregoados pela Revolução Cultural.

O que mais nos chama a atenção, porém, é a associação entre o símbolo e o casamento. Na Revolução Cultural, podemos argumentar, o casamento desejado era o estabelecido entre o líder supremo e a “maré revolucionária” formada pelos estudantes (o “velho sábio” e os “jovens aprendizes” cheios de energia; o líder político temeroso do ostracismo e a massa que não ocupava os lugares centrais de poder). A utilização da “dupla felicidade” no cartaz, portanto, parece expressar o desejo de seu produtor de celebrar esse matrimônio – um desejo mais forte do que o risco de se ver associado aos valores arcaicos, imperiais, confucionistas e mágicos também evocados pelo símbolo. Consideramos, também, a possibilidade de emprego de um símbolo fortemente impresso no espírito chinês como ferramenta “arquetípica” de convencimento.

Por fim, o quarto termo, a expressão “rios e montanhas” (“山河”, *shānhé*) significando “território”. Como “Dez Mil” (“万”), trata-se de uma expressão consagrada e decantada pelo tempo em seu significado atual. Como leitores ocidentais, porém, somos levados a observar com atenção diferenciada a composição de palavras “rio + montanha”. Se, para um chinês, os ideogramas reunidos possivelmente signifiquem apenas e tão somente “território”, para alguém afastado do idioma eles dão uma ideia mais ampla, de *totalidade*. Uma ideia que, acreditamos, *guarda estreita relação com o significado original da expressão*. Ainda que não disponhamos de ferramentas linguísticas mais sofisticadas para comprovar essa hipótese, podemos nos basear em uma análise dos próprios termos dentro do universo simbólico chinês.

Começemos por (“山”, *shān*), montanha. Em sua obra a respeito da marcialidade no contexto do mosteiro budista chinês de Shaolin, Meir Shahr

fornece a seguinte explicação sobre o significado religioso das montanhas na religiosidade chinesa:

“Na China, as montanhas são divindades”, escreveu um dos pioneiros da Sinologia ocidental [Shahar se refere ao francês Édouard *Chavannes*]. De fato, a tradição religiosa chinesa atribuiu poderes numinosos aos picos. Locais chineses de peregrinação – independente da afiliação religiosa – estão invariavelmente localizados em cenários alpinos. [...] De acordo com a “Cosmogonia de Cinco Fases”, essas montanhas divinizadas ficavam voltadas para o norte (monte Heng), sul (monte Heng), leste (monte Tai), oeste (monte Hua) e centro (monte Song)³³.

Há, também, uma associação necessária entre a montanha e o céu, na razão em que esse acidente geográfico é o que mais se aproxima da abóbada celeste. Para os chineses, o céu (“天”, *tiān*) é a representação máxima da divindade, assim como um elemento francamente identificado com a polaridade masculina (“阳”, *yáng*) da dinâmica masculino-feminino que fundamenta a realidade (“太極”, *tàijì*).

Ainda que a peça em estudo tenha sido produzida para consumo chinês, pensamos que seria interessante acrescentar a dimensão simbólica universal da montanha. O tema foi objeto de estudo de autores como Mircea Eliade³⁴, que observou nos templos de várias culturas uma junção de forças celestiais (torre = montanha = céu) e ctônicas (interior do templo = caverna = ventre). Para Eliade, no contexto do *locus sagrado*, as montanhas podem representar o *Axis Mundi* (“Eixo do Mundo”).

No contexto da mensagem simbólica embutida no texto escrito teríamos, portanto, uma associação com um elemento de caráter religioso. Se as montanhas são abrangidas pela “vastidão vermelha”, como informa o texto, é perfeitamente possível aceitar – em uma dimensão psíquica mais profunda – que os elementos divinos a elas associados (céu, divindade, totalidade, poder masculino) também são.

Assim como as montanhas, também os rios se revestem de um caráter sagrado, principalmente por sua associação com a emergência da civilização. No caso chinês, vale observar, a civilização – estamos nos referindo às dinastias Xia (2100 a 1600 a.C.) e Shang (cerca de 1600 a cerca de 1000 a.C.) – tem origem nos vales do Rio Amarelo (HUÁNGHÉ, 黄河). Muitas vezes, os cursos fluviais também demarcam territórios, e são uma importante via de ligação. Mais do que representar uma dádiva, porém, eles também podem representar perigo, quando associados a inundações ou secas e, no caso dos navegadores, a corredoiras violentas ou escolhos.

³³ M.SHAHAR, *The Shaolin Monastery*, p.11.

³⁴ Cf. M.ELIADE, *O Sagrado e o Profano*, pp. 38-46; M;ELIADE, *Imagens e Símbolos* pp. 23-52.

Na China, a associação entre rios e benesses-malefícios acabou por desenhar um conjunto de crenças em espíritos e divindades específicos. Em sua pesquisa iconográfica sobre as divindades chinesas, Keith Stevens enumera uma série de seres mágicos, como “Imortais da Água” e dragões – ligados especificamente a rios³⁵. Entre eles contam-se, inclusive, personagens históricos divinizados, caso, por exemplo, do político e poeta Qū Yuán (屈原, cerca 340 a.C. a 278 a.C.), que teria se suicidado por afogamento no rio Mìluó (汨罗江), em Húnán. Em sua homenagem, os chineses realizam uma de suas maiores celebrações anuais, o “Festival do Barco Dragão” (*duānwǔjié*, 端午节), no quinto dia do quinto mês do calendário lunar.

Em certas culturas, termos relacionados a rios e mares – caso, por exemplo, de “torrente”, “onda” ou “maré” – são associados à multidão. Ao investigar tal associação na cultura chinesa, descobrimos um exemplo em Meir Shahr. O autor resgata a expressão *jiānghú* (江湖), “rios e lagos”, utilizada para designar “*todos aqueles que ganhavam a vida de forma errante: atores, contadores de histórias e videntes*”³⁶ e também artistas marciais itinerantes e indivíduos que, por força de catástrofes naturais ou históricas, eram levados a vagar pelo país. A relação entre esses desafortunados e a massa revolucionária nos parece consistente.

No contexto do nosso estudo, o conjunto de informações sobre o simbolismo mágico do rio ganha força quando associado a um fato histórico emblemático da própria Revolução Cultural: o famoso “nado” de Mao Zedong no rio Yangtzé (Chángjiāng, 长江), no dia 16 de julho de 1966. Com essa atitude, o líder político pretendia demonstrar à nação que, a despeito de sua idade, ele seguia suficientemente forte para vencer o mais importante rio chinês – e governar o país.

Segundo informações da mídia chinesa de então, Mao Zedong teria coberto formidáveis 15 quilômetros em pouco mais de uma hora de natação³⁷. Se o “desafio do Yangtzé” foi uma forma simbólica de demonstrar e vender uma imagem de poder, é perfeitamente lícito aproximar as figuras do rio e da nação – ambos, desafios a serem “dominados” pelo líder. Nesse caso, o “rio como vastidão vermelha” presente na expressão “祖国山河一片红” poderia ser interpretado como a nação chinesa dominada pelo e aderida ao líder.

³⁵ Cf. K.STEVENS, *Chinese Gods*, pp. 136-146.

³⁶ Cf. M.SHAHAR, *The Shaolin Monastery*, p. 78.

³⁷ A esse respeito, ver o artigo de Richard SOLOMON para a revista Time Asia, “The Chairman’s Historical Swim”, disp. em <<http://www.time.com/time/asia/magazine/99/0927/wuhan.html>>, e o registro em vídeo do episódio, “Mao Zedong’s 1966 Swim of the Yangtze”, disp. em <<http://www.youtube.com/watch?v=xN1P2DHE26g>> (c.01.09.09)

Elementos de uma leitura simbólica das imagens do cartaz

A leitura dos símbolos gráficos presentes no cartaz parece reforçar a opção de seu criador por conteúdos associados ao universo simbólico-religioso e a períodos históricos chineses precedentes. Para efeito de organização das categorias de leitura, estabelecemos uma divisão em dois blocos, o primeiro associado à disposição, escala e cor dos elementos gráficos, e a segunda relativa a certos símbolos que nos chamaram especialmente a atenção.

Leitura da disposição, escala e cor dos elementos gráficos

A observação da imagem do cartaz a partir dos elementos e cores que o compõem devolve ao leitor quatro setores imagéticos (Fig. 13). Eles estão dispostos de forma a expressar, a partir de uma leitura típica – isto é, “circular” segundo os parâmetros flussserianos –, a ideia-força da propaganda da Revolução Cultural Chinesa: uma fusão fecunda, orgiástica e totalizante entre o líder político/simbólico e a massa revolucionária.

Temos, na parte superior, a área de imagem que denominamos Setor 01 – “Céu”, tomado por um imenso sol, ao mesmo tempo nascente e radiante, aninhado em bandeiras. A cor predominante é o vermelho, com traços em branco. Na parte inferior está o Setor 02 – “Terra”, representado pela maré de guardas revolucionários em festa. A cor predominante é o branco, com traços em preto e detalhes em vermelho. Ambos os setores são quantitativamente dominantes, uma vez que, juntos, representam a maior parte da imagem.

Conectando os Setores 01 e 02 – e, simbolicamente, Céu e Terra, componentes essenciais da cosmogonia chinesa (“Céu”, *yáng*, masculino e “Terra”, *yīn*, feminino) está o Setor 03 – “Mao Zedong”. De dimensões colossais, produzido em branco e preto (a mesma cor dos guardas revolucionários), o líder emerge da multidão (ou seria a multidão a “deitar raízes” dele?) com a mão direita erguida em saudação³⁸. Guarda, enfim, as características do *Axis Mundi* analisado por Eliade. Além do próprio Mao, há outro elemento de conexão entre os Setores 01 e 02: as faixas escritas (significativamente, não sustentadas por nenhum dos personagens) que



³⁸ Gesto representado em inúmeras peças gráficas, de fotos de propaganda a selos postais chineses do período.

demarcam e fundem Céu e Terra. E fazem isso tanto no plano horizontal quanto no vertical, neste caso, por meio das faixas sustentadas por balões que se elevam da Terra ao Céu. Por fim, em baixo e à frente, inserido no Setor 02 – “Terra” está o Setor 04 – “Placa da Dupla Felicidade”, cujo motivo foi estudado no item 3.2.

A leitura da imagem em questão a partir de uma “circularidade mediada” por uma divisão em segmentos nos retorna, ainda, outra relação, estabelecida, respectivamente, pelo Setor 03 em relação ao Setor 01 e pelo Setor 04 em relação ao Setor 02. Ao dividir a imagem usando linhas mais grossas (Fig. 13), percebemos que os Setores 03 e 04 ocupam, face aos Setores em que estão inseridos, a mesma posição: central e de destaque, inclusive em função da cor diferenciada. Assim como é possível estabelecer relações entre os Setores contidos e que contêm, podemos conceber uma relação dos dois Setores contidos entre si: se os Setores 01 – “Céu” e 02 – “Terra” estabelecem uma relação de oposição e complementaridade (algo que já vimos nos parágrafos precedentes), os Setores 03 – “Mao Zedong” e 04 – “Placa da Dupla Felicidade” podem funcionar da mesma maneira. Por essa lógica, o líder seria, ao mesmo tempo, o agente de vontade que se opõe à regra geral das ideias de massa (o ideólogo solitário) e o responsável pelo “casamento feliz” entre ideologia e multidão (como o aspirante a mandarim ou a filha do médico na história que dá origem à tradição do ideograma-talismã da “dupla felicidade”)

Símbolos que se destacam

No item 1.2, quando investigávamos a evolução dos cartazes de esquerda, encontramos referências a elementos encontrados na peça em estudo: o predomínio da cor vermelha, associada historicamente à esquerda; o agigantamento do líder, relacionado com o culto à personalidade e com a assimilação indivíduo-divindade; a presença de bandeiras, elementos identitários e de pertencimento, distintivos de uma causa ou nação; e a presença do sol nascente, símbolo de uma era de felicidade que sucede a um período de trevas.

Cada um desses símbolos guarda uma série de significados tratados em maior ou menor profundidade por mitólogos e iconógrafos como Mircea Eliade³⁹ e Juan Eduardo Cirlot⁴⁰. Para efeito de nosso estudo, porém, vamos buscar estabelecer relações com a temática chinesa e com a própria Revolução Cultural.

De todos os símbolos descritos no primeiro parágrafo deste subitem, merece especial atenção o “Sol”, elemento prenhe de significados⁴¹ que, durante a Revolução Cultural Chinesa, passou a representar *literalmente*, em bordões cunhados

³⁹ Ver, por exemplo, M. ELIADE, *O Sagrado e o Profano*, pp. 129-132.

⁴⁰ Cf. J. CIRLOT, *Diccionario de Simbolos*.

⁴¹ O astro simboliza, por exemplo, o renascimento, o princípio fecundador masculino e a vitória da luz sobre as trevas.

por orientação de Lin Biao e repetidos à exaustão, o líder Mao Zedong. A esse respeito, vale reproduzir o registro de Jonathan Spence, em sua análise da Revolução Cultural, de um pequeno trecho da obra *“Chen Village: The recent history of a peasant community in Mao’s China”*, escrita por Anita Chan:

Respeitosamente desejamos vida longa ao sol vermelho mais vermelho em nossos corações, o grande líder presidente Mao. E à saúde do vice-presidente LinBiao: que ele tenha saúde para sempre. Tendo sido liberados pela reforma agrária, jamais esqueceremos o Partido Comunista e na revolução seguiremos sempre o presidente Mao!⁴²

Ainda sobre explícita a associação entre Mao Zedong e o Sol, ela é confirmada por *slogans* presentes em distintivos distribuídos à população na época. Eles eram tão significativos que, em um estudo sobre o tema realizado pela pesquisadora Helen Wang para o *British Museum* sobre o tema dos distintivos na Revolução Cultural⁴³, ocupam uma categoria própria. Entre os *slogans* compilados por Helen Wang, temos os seguintes: *“Mao [é] como o sol”*; *“O Chairman Mao é o sol vermelho em nossos corações”*; *“O Chairman Mao é o mais vermelho dos mais vermelhos sóis vermelhos em nossos corações”*; e *“Vida longa ao invencível pensamento de Mao Zedong, o sol vermelho que iluminava as montanhas Anyuan”*.

Nesses distintivos, porém, Mao não foi fundido apenas com o astro-rei. Ele também foi identificado com a “Estrela do Norte” (Polaris, da Constelação da Ursa Menor, importante referência para navegações) e recebeu as alcunhas de “O Salvador”, “Timoneiro”, “Grande Líder, Professor e Timoneiro”; seu pensamento, por sua vez, foi chamado de “Farol”⁴⁴. A extensa relação de termos identificadores bombásticos reflete o feroz direcionamento ao culto à personalidade de Mao próprio da Revolução Cultural.

Ao “colar” as figuras de seu líder e do sol, o aparato de propaganda chinês desejou aproximá-lo simbólica, iconográfica e literalmente das antigas divindades solares. A relação estabelecida no cartaz – Mao à frente do sol, Mao como o próprio sol – não é, portanto, inconsciente ou decorrente de nossa própria interpretação. Mais do que proposital para um único caso, ela pertence a um movimento muito mais amplo. É possível, inclusive, que a representação gráfica seja posterior à produção de *slogans* como *“O Chairman Mao é o sol vermelho em nossos corações”*,

⁴² CHAN apud J.SPENCE, *Em busca da China moderna*, p. 579.

⁴³ WANG, H., Chairman Mao badges: symbols and Slogans of the Cultural Revolution. Helen Wang. British Museum Research Publication 169, especialmente o cap. 5. Artigo disponível em <http://www.britishmuseum.org/research/research_publications/online_research_publications/chairman_mao_badges.aspx> (c. 02.09.09).

⁴⁴ Ibid., pp. 34-36.

caso em que o símbolo se inscreveria primeiro na linguagem para, depois, migrar para o universo iconográfico-imagético. Uma imagem, enfim, capaz de substituir a frase gritada ou escrita quase como se fosse um gigantesco e elaborado ideograma.

Complementando uma leitura simbólica, voltamos nossa atenção para um elemento de menores dimensões. Em nosso cartaz são visíveis algumas flores, utilizadas para ornamentar a placa da “dupla felicidade” e o *banner* vertical de saudação do comitê revolucionário ao líder Mao Zedong. São crisântemos, cultivados na China desde a dinastia Shang (séc. XV a.C.) no contexto do herbalismo e que, com o passar dos séculos, adquiriram o status de espécie associada à nobreza⁴⁵ e a certos rituais. O crisântemo está presente na medicina chinesa de ervas como chá e também no folclore, como componente de um vinho consumido no chamado “Festival do Nono Duplo” (*Chóngjiǔ*, 重九), celebrado no nono dia do novo mês do calendário lunar chinês⁴⁶. Na ocasião, as pessoas consomem vinho de crisântemo para se proteger de doenças e afastar a má sorte.

A associação entre a flor e as mensagens escritas apenas reforça a tese de que, ao constituir sua propaganda, a Revolução Cultural Chinesa fez ampla utilização de imagens simbólicas relacionadas ao período imperial e ao universo local de crenças religiosas.

Conclusão

Neste artigo, buscamos examinar um cartaz típico da Revolução Cultural Chinesa a partir de seus elementos textuais e imagéticos. Nosso interesse residiu na localização desses elementos num contexto histórico, simbólico, mágico e religioso, que permitisse ao leitor observar as fontes de que se utilizava o aparato de propaganda da Revolução Cultural Chinesa em sua estratégia de convencimento das massas.

Em um primeiro momento, partindo de uma perspectiva técnica, buscamos apresentar aspectos teóricos e históricos do cartaz. Percebemos que, quando compreendido como “imagem comentada”, o cartaz se constitui em uma espécie de “mônada de leitura” cujos limites se tornam menos nítidos quando o texto escrito é inserido dentro da imagem tradicional. Ainda na primeira etapa de trabalho, buscamos situar o próprio cartaz pesquisado. Mostramos que nosso objeto

⁴⁵ No Japão, para onde a flor foi levada da China por volta do séc. VIII, ela foi transformada em símbolo do trono imperial (o chamado “Trono do Crisântemo”).

⁴⁶ Uma formidável expressão imagética do Festival do Nono Duplo - e do próprio crisântemo - pode ser vista no filme “A Maldição da Flor Dourada” (《满城尽带黄金甲》), dirigido por Zhang Yimou e lançado em 2006. O filme narra uma história de traição e tentativa de golpe na corte imperial Tang durante o século X. A ação final se desenrola durante a celebração do Festival. Informações sobre o filme em <<http://www.sonyclassics.com/curseofthegoldenflower/>> (c. 02.09.09)

de estudo se filia a uma tradição cartazista de esquerda iniciada no século XIX e consolidada nos Anos 50 do século XX, com o culto stalinista à personalidade.

No que respeita aos elementos históricos e simbólicos no cartaz, observamos que seus autores se utilizaram de elementos relacionados aos universos religioso e imperial chinês, e que fizeram essa opção a despeito da orientação revolucionária de “*estragalhar os Quatro Velhos*”. No plano dos estudos chineses, acreditamos ter podido demonstrar as possibilidades de desenvolvimento de temas que residem em uma análise como a realizada, que mescla pesquisa de imagem, tradução do texto escrito chinês e referências históricas e iconográficas.

Bibliografia

- A MALDIÇÃO DA FLOR DOURADA, site oficial do filme: <<http://www.sonyclassics.com/curseofthegoldenflower/>> (c. 02.09.09)
- “ANNIHILATE *every renegade!* – Nánkai University ‘Weidong’ Red Guards”. In: SCHONHALS, M. (ed.), “China’s Cultural Revolution, 1966-1969: not a dinner party”, Nova Iorque: M.E. Sharp, 1996, pp. 95-100.
- CARTAZES DA REVOLUÇÃO CULTURAL CHINESA, coleção disponível em <<http://www.iisg.nl/landsberger/crc.html>> e <<http://www.zitantique.com/woodblock.html>> (c. 28.08.09).
- CIRLOT, J. Dicionario de Simbolos, Madrid: Siruela, 2004.
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA (em chinês), disp. em <http://news.xinhuanet.com/newscenter/2004-03/15/content_1367387_4.htm> (c. 15.07.09).
- CONSTITUIÇÃO DA REPÚBLICA POPULAR DA CHINA (em inglês), disp. em <<http://english.peopledaily.com.cn/constitution/constitution.html>> (c. 15.07.09).
- CRISÂNTEMO, registro histórico do cultivo da flor disponível em <http://www.mums.org/journal/articles/chrysanthemum_history.htm> e <<http://www.nationalchrysanthemumsociety.org.uk/NCS-historyofchrysanth.htm>> (c. 06.07.09)
- DARNTON, R. O Beijo de Lamourette – Mídia, Cultura e Revolução, São Paulo: Cia. das Letras, 1990.
- DUPLA FELICIDADE, fontes de consulta para a história da criação do ideograma-talismã disponíveis em <<http://chineseculture.about.com/library/weekly/aa120799a.htm>>, <http://www.char4u.com/article_info.php?articles_id=78> e <<http://www.fengshuimiracle.com/feng-shui/general/463/legend-of-double-happiness-symbol>> (c. 01.08.09)
- ELIADE, M. Imagens e Símbolos – Ensaio sobre o simbolismo mágico-religioso, São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- ELIADE, M. O Sagrado e o Profano, São Paulo: Martins Fontes, 2001..
- FESTIVAL DO “NONO DUPLO” (Festa do Crisântemo), artigo disponível em <http://www.chinaculture.org/gb/en_chinaway/node_169.htm> (c. 06.07.09).
- FLUSSER, V. Filosofia da Caixa Preta – Ensaio para uma Futura Filosofia da Caixa Preta, São Paulo: Editora Sinergia, 2009.

- GERVEREAU, L. *Terroriser Manipuler Convaincre! Histoire Mondiale de L’Affiche Politique*, Paris: Somogy Éditions D’Art, 1996.
- GRANET, M. *O Pensamento Chinês*, Rio de Janeiro: Contraponto, 1997..
- LǎOZǐ, “Dàodéjīng”, texto em chinês disponível em <<http://www.thetao.info/tao/big5.htm>> (c. 20.07.09).
- LI, XIAOBING . *A history of the Modern Chinese Army*”, Lexington: The University Press of Kentucky, 2007.
- MAO ZEDONG’S 1966 SWIM OF THE YANGTZE, trecho de filme disponível em <<http://www.youtube.com/watch?v=xN1P2DHE26g>> (c.01.09.09)
- MOLES, A. *O Cartaz*, São Paulo: Perspectiva, 1974.
- NCIKU, ferramenta de tradução chinês-inglês, disponível em <<http://www.nciku.com>> (c. 14.07.09).
- SHAHAR, M. *The Shaolin Monastery – History, Religion, and the Chinese Martial Arts*, Honolulu: University of Hawai’i Press, 2008.
- SOLOMON, R., “The Chairman’s Historical Swim”, artigo disponível em <<http://www.time.com/time/asia/magazine/99/0927/wuhan.html>> (c.01.09.09).
- SPENCE, J. *Em busca da China moderna – quatro séculos de história*, São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- STEVENS, K. *Chinese Gods – The Unseen World of Spirits and Demons*, Londres: Collins & Brown, 1997.
- UNIVERSIDADE NÁNKAI, site oficial em<<http://www.nankai.edu.cn/english/>> (c. 28.08.09).
- WANG, H., *Chairman Mao badges: symbols and Slogans of the Cultural Revolution*. Helen Wang. British Museum Research Publication 169, especialmente o cap. 5. Artigo disponível em <http://www.britishmuseum.org/research/research_publications/online_research_publications/chairman_mao_badges.aspx> (c. 02.09.09).
- WU CH’ÊNG-ÊN *O Macaco Peregrino ou a Saga ao Ocidente*, Horus Editora, São Paulo, 2002.
- XILOGRAVURA, informações sobre a técnica em <<http://www.casadaxilogravura.com.br>> (c. 26.08.09)
- ZEDONG, M., *Livro Vermelho*, edição em inglês disponível em <<http://www.marx.org/reference/archive/mao/works/red-book/index.htm>> (c. 14.07.09).
- ZEDONG, M., capas de obras lançadas em português pelas Edições em Língua Estrangeira (Beijing) disp. em <<http://ephemerajpp.wordpress.com/2009/04/28/edicoes-em-lingua-estrangeira-de-pequim-em-portugues-2-textos-de-mao-zedong-2/>> (c. 31.08.09).
- ZEDONG, M., escritos diversos, edição em chinês disponível em <<http://cpc.people.com.cn/GB/69112/70190/70197/70350/index.html>> (c. 14.07.09).
- ZIZEK, S., *Mao – Sobre a Prática e a Contradição*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2007.

Recebido: 05/05/2011

Aprovado: 12/06/2011