

LUCÍLIA SAAD MAMAR

**APROPRIAÇÕES DE FIGURAS DO MUNDO CLÁSSICO E IMAGINÁRIO DO
UNIVERSO HOMOSSEXUAL MASCULINO**

Investigação semiótica de panfletos de casas noturnas

**Araraquara
Faculdade de Ciências e Letras da UNESP
Janeiro de 2007**

LUCÍLIA SAAD MAMAR

**APROPRIAÇÕES DE FIGURAS DO MUNDO CLÁSSICO E IMAGINÁRIO DO
UNIVERSO HOMOSSEXUAL MASCULINO**

Investigação semiótica de panfletos de casas noturnas

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Lingüística e Língua Portuguesa, na Linha de Pesquisa: Estrutura, organização e funcionamento discursivo e textual, da Faculdade de Ciências e Letras da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” – UNESP, Campus de Araraquara, como exigência parcial para obtenção do título de *Mestre em Lingüística e Língua Portuguesa*, sob a orientação da Professora Doutora Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento.

UNESP - Araraquara/São Paulo
- Janeiro/2007 -

Lucília Saad Mamar

**APROPRIAÇÕES DE FIGURAS DO MUNDO CLÁSSICO E IMAGINÁRIO DO
UNIVERSO HOMOSSEXUAL MASCULINO – Investigação semiótica de
panfletos de casas noturnas**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em
Linguística e Língua Portuguesa da Universidade Estadual Paulista Júlio de
Mesquita Filho, UNESP, Faculdade de Ciências e Letras, Araraquara, sob
orientação da Profa. Dra. Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento, para a
obtenção do título de Mestre em Linguística e Língua Portuguesa.

Parecer:

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento
UNESP – Universidade Estadual Paulista

Profa. Dra. Renata Coelho Facuri Marchezan
UNESP – Universidade Estadual Paulista

Prof. Dr. José Nicolau Gregorin Filho
USP – Universidade de São Paulo

Profa. Dra. Maria de Lourdes Baldan
UNESP – Universidade Estadual Paulista

Profa. Dra. Vera Lúcia Rodella Abriata
UNIFRAN – Universidade de Franca

Araraquara, de de 2007

RESUMO

Apoiada na teoria semiótica, analisamos panfletos de casas noturnas dirigidos a um público homossexual masculino. Esses panfletos apropriam-se de figuras do mundo da cultura clássica greco-romana. Temos como objetivo geral da pesquisa verificar qual o efeito de sentido que a utilização dessas figuras da cultura greco-romana em cenas enunciativas de panfletos cujo público-alvo é o homossexual masculino, produz. Acreditamos que as conclusões desta pesquisa podem contribuir para o entendimento do porquê da utilização dessas figuras na composição desta publicidade e para compreender a relação entre o imaginário da cultura clássica e o imaginário desse público específico.

Palavras-chave: figura, panfleto, mitologia, homossexual, imaginário, semiótica.

ABSTRACT

Supported in the Semiotic Theory, we analyzed flyers of nocturnal houses directed to a masculine homosexual public. These flyers are assumen of figures of the world of the greco-roman classic culture. We have as generality objective of the research to verify which the effect of sense that the use of these figures of the greco-roman culture in enunciative pamphlets scenes whose public-target is the masculine homosexual, produces. We believe that the conclusions of this research can contribute for the agreement of the reason of the use of these figures in the composition of this advertising, and to understand the relation between the imaginary of the classic culture and the imaginary of this specific public.

Keywords: figure, pamphlet, mythology, homosexual, imaginary, semiotic.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	02
1. <i>CORPUS</i>	06
2. REFLEXÕES TEÓRICAS.....	09
3. MITOLOGIA.....	17
3.1 A Mitologia presente em nossa cultura.....	17
3.2 Concepção de Mitologia	19
4. INFORMAÇÕES RELEVANTES PARA AS NOSSAS ANÁLISES SOBRE	
O UNIVERSO HOMOSSEXUAL	
.....	
23	
4.1 Bandeira do arco-íris.....	24
5. O MITO DO MITO	27
5.1 Análise do panfleto <i>BOY'S CLUB</i> : Narciso - Apolo.....	27
5.2 Análise do panfleto <i>DANGER DANCE CLUB</i> : Gaia - Atlas.....	39
5.3 Análise do panfleto <i>SPACE 2001</i> : Medusa.....	52
5.4 Análise do panfleto <i>FREAK CLUB</i> : Apolo - Diana.....	62
5.5 Análise do panfleto <i>FREEDOM CLUB</i> : Coliseu.....	72
6. A CONTRUÇÃO DO ESPAÇO NOS PANFLETOS.....	88
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	90
REFERÊNCIAS.....	93
ANEXOS.....	97

INTRODUÇÃO

No ano de 2004, participamos do Projeto de Iniciação Científica *Leitura de panfletos: reflexos das preocupações dos brasileiros*, coordenado pelos professores doutores Edna Maria Fernandes dos Santos Nascimento e Luiz Antônio Ferreira, na Faculdade Associada de Cotia - S.P. O projeto teve por objetivo analisar panfletos a partir de um arcabouço teórico fundamentado em obras de A. J. Greimas e de outros autores que se embasam na teoria semiótica. Cada aluno constituiu seu *corpus* a partir de panfletos coletados e considerando as seguintes temáticas: saúde, moradia, religiosidade, alimentação, sexualidade, lazer, educação, vestuário. Escolhi trabalhar com panfletos sobre homossexualidade masculina. No curto espaço de um ano, redigimos a monografia, um primeiro trabalho que nos despertou para a pesquisa e para a necessidade de continuar a estudar semiótica para melhor entender os efeitos de sentido produzidos pela utilização de interdiscursos do mundo clássico no texto verbo-visual dos panfletos homossexuais masculinos.

Confrontamo-nos freqüentemente com inúmeras formas de publicidade como guias, *folders*, malas-diretas, cartazes, panfletos etc. Algumas nos chamam a atenção por algum motivo específico: originalidade, forma, enunciado, cor, imagem, tipo de papel, disposição espacial; ao passo que outras, sem razão aparente, são descartadas de imediato. Não nos atemos a todas que recebemos mas, geralmente, por meio de uma simples passada de olhos e com um conhecimento mínimo de nossa língua conseguimos identificar do que se trata tais textos. Mas será que com uma primeira leitura “ingênua” desses textos, que constroem simulacros para que se venda um produto, entendemos mesmo os efeitos de sentido produzidos?

Se lembrarmos que a propaganda é o resultado de uma série de fatores relevantes que são elaborados e estudados durante a sua produção para que atinja o seu objetivo publicitário, isto é, que um enunciatário transforma idéias contidas no roteiro em imagem, visando atingir um enunciador, uma leitura menos “ingênua” pode descobrir qual o valor do valor que o objeto-valor, construído no texto, figurativiza? Em outras palavras que desejo de fato o produto deve satisfazer? Por exemplo, ao se vender um imóvel, vende-se por sua função pragmática e/ou por sua função mítica? O imóvel satisfaz o desejo do consumidor por que ele atende suas necessidades e/ou por que ele exprime uma desejada posição social?

Analisando especificamente o panfleto publicitário cujo público-alvo é o homossexual masculino, percebemos que era recorrente a apropriação/utilização de figuras da cultura greco-romana. Essa recorrência de figuras do mundo clássico, quase em sua totalidade em textos visuais - estátuas de deuses da mitologia, colunas gregas e romanas, atores que nos remetem a deuses greco-romanos instigou-nos a pesquisar os aspectos que determinam a função dessas figuras na construção do objeto-valor e por que elas figurativizam o desejo do enunciatário. A utilização desse interdiscurso clássico é uma estratégia para a venda de um objeto-valor, mas qual objeto-valor é esse? A comparação de diferentes panfletos, acreditamos, permitirá recuperar figuras do discurso clássico e as marcas que o discurso deixa de quem o construiu e para quem ele foi escrito, definirão quem é o enunciador e quem é o enunciatário. A recuperação da topologia clássica permitirá também estabelecer que axiologias esse interdiscurso referencia e que efeitos de sentido eles produzem.

Embora haja muitos estudos sobre publicidade, desconhecemos pesquisas semióticas que tenham como objeto de estudo panfletos e especificamente de panfletos homossexuais masculinos.

Considerando que, entre outras, *a função da ideologia é a de apagar as diferenças como de classes e de fornecer aos membros da sociedade o sentimento da identidade social, encontrando certos identificadores de todos e para todos* (Chauí, 1981: 113-4), e o papel que a propaganda tem no cenário social, a investigação aqui proposta encaminhou-se no sentido de elucidar, pelas análises dos panfletos, a construção de uma parte do imaginário homossexual masculino.

Para a concretização desta pesquisa fizemos uma leitura semiótica dos percursos figurativos dos panfletos com a finalidade de determinar os percursos temáticos e a partir deles recuperar os interdiscursos que constroem o imaginário do público-alvo determinando, a partir das marcas deixadas no texto, o enunciatário e o enunciador. Verificamos como o enunciador, utilizando recursos das dimensões verbais, cromáticas, topológicas, eidéticas e da materialidade textual (tipo de papel, por exemplo), compõe a cena enunciativa, recuperando o discurso clássico. Discutimos com que objetivo o panfleto dialoga com o interdiscurso da cultura clássica.

Trata-se de uma pesquisa teórico-prática que se fundamenta na semiótica de A.J. Greimas. Para tanto, construímos um arcabouço teórico embasado em leituras desse autor e de outros que se fundamentam em seus postulados.

Esse arcabouço teórico constituiu-se de algumas categorias de análise com as quais analisamos o *corpus*. Como tratamos com textos sincréticos, fez-se necessário abordar não só categorias de análise da dimensão verbal, mas também

categorias de outras ordens, cromática, matérica etc. Para o estudo desses textos verbo-visuais, as leituras de Jean-Marie Floch foram essenciais.

Se no nível discursivo, convertem-se temas em figuras, em uma perspectiva da semiótica greimasiana, o conceito de figura e dos temas a que a elas se vinculam, bem como os de isotopia figurativa e temática, ator, foram também relevantes para a nossa pesquisa. Repensamos esses conceitos a partir da leitura da obra greimasiana, dos dois dicionários de semiótica e mais recentemente a partir dos livros *Caminhos da semiótica literária*, de Denis Bertrand e *Sémiotique du discours*, de Jacques Fontanille, entre outros.

A apropriação das figuras do mundo greco-romano, como por exemplo, Apolo, Baco, Medusa, Narciso entre outros, nos permitiu o reconhecimento do interdiscurso com a cultura clássica. A análise da presença clássica nos panfletos foi norteadada, principalmente, pelo livro *Presenças do outro*, de Eric Landowski.

O conceito de imaginário de Gilbert Durand também fundamentou nossa pesquisa. Na década de 60, continuando os trabalhos de G. Bachelard, Durand (1998, p.90) definiu imaginário como a capacidade de perceber, entender, reproduzir, identificar e criar imagens que ele chamou de *trajeto antropológico do imaginário*.

O objetivo geral da pesquisa foi verificar qual o efeito de sentido que a utilização de figuras da cultura greco-romana em cenas enunciativas de panfletos, cujo público-alvo é o homossexual masculino, produz.

As conclusões desta pesquisa podem, acreditamos, contribuir para o entendimento do porquê da utilização de figuras da cultura greco-romana na composição desta publicidade e para compreender a relação entre o imaginário da cultura clássica e o imaginário desse público específico.

1. **CORPUS**

Após pesquisa realizada, obtivemos informações sobre a localização de casas noturnas voltadas para o público homossexual masculino na cidade de São Paulo. Separamos dois grupos de localização geográfica de tais casas noturnas, um grupo de casas que está localizada nos Jardins, bairro de classe média-alta na cidade de São Paulo, e outro que se situa no centro da cidade, nas redondezas da Praça da República, mais especificamente na rua Dr. Vieira de Carvalho, Largo do Arouche e rua Aurora. Fomos *in loco* fazer a coleta dos panfletos em bares, casas de shows, discotecas etc.

Além dos panfletos coletados, recebemos a colaboração de pessoas diversas que me cederam material que foi sendo examinado ao longo do processo da presente pesquisa.

Foram ao todo recolhidos mais de 100 (cem) panfletos. De uma maneira geral (exceto alguns que se dirigiam aos GLS – gays, lésbicas e simpatizantes), esses panfletos eram todos, sem exceção, dirigidos especificamente ao público homossexual masculino. Em uma primeira triagem foram separados 78 (setenta e oito) panfletos. O critério utilizado para essa primeira triagem foi separar panfletos que apresentavam visualmente atores que exibiam corpos “perfeitos” ou figuras que poderiam nos remeter de alguma forma à cultura clássica como deuses, personalidades, cenários, figurinos e adornos. Alguns deles se referiam verbalmente a deuses específicos (Baco, Medusa, Apolo, Narciso). Em uma segunda triagem, foram separados 18 (dezoito) panfletos, tendo sido usado o critério para eliminação dos que foram descartados aqueles que eram visualmente grotescos, específicos

para eventos como concursos de *drags*, que faziam alusões explícitas a práticas sexuais sado-masoquistas ou simplesmente desinteressantes para nossa análise.

Dentre esse montante, escolhemos cinco para serem analisados. Os treze panfletos, reproduzidos no anexo I, têm a finalidade de mostrar a recorrência do discurso clássico. Por uma questão de tempo e espaço, limitamo-nos a uma amostragem.

O critério de escolha para esses cinco finais levou em consideração, em primeira instância, aqueles que se apropriaram de figuras do mundo e da cultura clássica para comporem as cenas enunciativas e aqueles que nos remetessem ao discurso greco-romano usando enunciados verbais. O primeiro panfleto, *Boy's Club*, tem a figura de um rapaz com a sua imagem refletida. Analisando as isotopias presentes na cena enunciativa do referido panfleto que tem como enunciado verbal "Garoto Apolo 2003", remetemo-nos ao discurso greco-romano que presentifica a figura de Narciso. O segundo, *Danger dance club*, traz a figura de um rapaz de costas, segurando o mundo, e pelas isotopias depreendidas da cena enunciativa configura-se o ator Atlas, que, segundo a mitologia grega, foi castigado por Zeus que o condenou a ficar sustentando o céu sobre os ombros, mantendo-o assim separado da terra. O terceiro, *Space 2001*, tem a figura de uma mulher que ostenta serpentes no lugar dos cabelos. Analisando as isotopias presentes na cena enunciativa, ela nos remete ao discurso greco-romano cuja figura mitológica Medusa possui serpentes ao invés de cabelos. O quarto, *Freak club*, apresenta a figura de um rapaz de corpo escultural, com uma vestimenta que nos aciona o imaginário reportando-nos à época dos deuses greco-romanos. Afirmamos isso porque essa vestimenta está presente na representação iconográfica de deuses e personagens presentes

nas imagens que temos acesso sempre que nos voltamos para a busca das representações do mundo clássico. Analisando as isotopias presentes na cena enunciativa do referido panfleto, vemos a figura do rapaz como sendo Apolo, que está demonstrado na análise desse panfleto. O quinto panfleto, *Freedom Club*, tem a imagem de uma parte de uma edificação que nos remete ao Coliseu, arena em que ocorriam lutas, festas e shows na época do Império Romano para o entretenimento da população.

2. REFLEXÕES TEÓRICAS

A semiótica não se ocupa do signo, mas da significação, pois "a língua não é um sistema de signos, mas um conjunto [...] de estruturas de significação". (Greimas, 1967:20)

A semiótica atua em vários domínios, como na cultura popular, cultura de massa, literatura, artes, mídia, publicidade, história em quadrinhos, charge, tiras, fotografia, cinema, teatro, arquitetura, música etc. A semiótica é uma teoria da relação sob os signos e entre os signos.

Segundo o *Dicionário de Semiótica* (Greimas e Courtés, s/d: 415), temos a seguinte definição de Semiótica: "A teoria semiótica deve apresentar-se inicialmente como o que ela é, ou seja, como uma teoria da significação. Sua primeira preocupação será, pois, explicitar, sob forma de construção conceptual, as condições da apreensão e da produção do sentido".

Um determinado texto nem sempre produz a mesma interpretação aos leitores. Cada leitor "lê" um texto de um modo, porque cada um deles possui um conhecimento de mundo, uma formação, experiências e vivências diferentes. Percebemos que a cada leitura de um mesmo texto o interpretamos diferentemente.

Para interpretarmos um texto, temos que acionar um mínimo conhecimento cultural. Podemos ir muito além do que simplesmente nos é apresentado. Usando nossa visão de mundo, somos capazes de interpretar um texto de diferentes maneiras compreendendo além do que está apenas apresentado.

Em um texto visual, encontramos figuras que podemos ou não reconhecer. As que reconhecemos são porque de alguma maneira fazem parte da

nossa memória cultural, do nosso saber enciclopédico, de leituras e informações que acumulamos no decorrer de nossas vidas. Essas figuras fazem parte do nosso conhecimento de mundo. Assim que as reconhecemos procuramos interpretá-las, dar um sentido a elas, lê-las conforme nossa competência pessoal. As leituras que fazemos podem ser simples ou complexas, superficiais ou profundas, explícitas ou sub-entendidas.

Precisamos esmiuçar detalhe por detalhe para que seja possível entender o que ela(s) quer(em) dizer, explícita ou implicitamente. Explícito é a parte manifestada do enunciado, é o dito, ao passo que o implícito é a parte não manifestada, não dita, mas que contenha um significado que de alguma maneira o ligue ao texto.

Para Bertrand (2003, p. II) “a semiótica se interessa pelo parecer do sentido, que se apreende por meio das formas de linguagem e, mais concretamente dos discursos que o manifestam, tornando-o comunicável e partilhável, ainda que parcialmente”.

Bachelard (1989) propôs um estudo sobre a percepção do mundo através da imagem. Gilbert Duran (1997), que foi aluno do Bachelard, propôs uma revalorização da imagem nos domínios do pensamento humano, em que sentimentos e emoções contidas no plano simbólico fossem utilizadas, além do racional, para as possíveis “leituras” de imagens. Por tal constatação foi considerado o pai do imaginário.

A teoria de Gilbert Durand considera o imaginário como uma função psíquica, ou seja, da mesma forma que pensamos, raciocinamos, também imaginamos. Durand diz que o imaginário corresponde a tudo o que foi pensado a

partir do *Homo Sapiens*, ou seja, todas as imagens produzidas pela humanidade estariam por nós sendo armazenadas, formando-nos assim, culturalizados e socializados.

Nossos pensamentos são os construtores dos significados alicerçados em nosso imaginário, significados esses que partem de um conhecimento teórico.

Para analisarmos os panfletos do presente trabalho, partimos das leituras que nos foram possíveis depreender a partir dos percursos figurativos ativados pela “leitura” da expressão visual. Para tanto, nos fundamentamos nos estudos de Greimas e Floch.

Greimas (1984), tratando da semiótica visual, depreende do plano de expressão dois formantes: o figurativo e o plástico.

Os formantes figurativos ocorrem quando se reconhecem as figuras do mundo natural representado e se procura sentidos para sua existência. Esse reconhecimento, de natureza social, acontece concomitantemente à passagem do plano de expressão para o plano de conteúdo, e está sujeito ao relativismo cultural, isto é, segundo a visão de mundo do indivíduo que a processa. Greimas exemplifica que é a concretização do desejo de fazer-parecido e fazer-crer do pintor em relação à sua representação e ao seu público.

Quanto aos formantes plásticos, retomados por Floch (1987), esses são relacionados à percepção do sensível e divididos, a princípio, em três categorias: eidética (forma), topológica (organização espacial) e cromática (referente a cores). Além desses formantes propostos por Greimas e Floch para a semiótica visual, como o nosso *corpus* é sincrético, observaremos também os componentes verbais.

Outro componente, por produzir efeito de sentido, também deverá ser observado no nosso *corpus*: o componente matérico. Por componente matérico, entendemos o tipo de papel, a sua gramatura etc.

Para entendermos a construção do efeito de sentido dos panfletos, nossas análises foram subsidiadas pelos seguintes conceitos:

- figurativização: instalação de figuras que as transformam em imagens do mundo. Segundo Greimas e Courtés (1979 p. 186) é a compreensão do que consiste o subcomponente da semântica discursiva. É o investimento semântico que o objeto sintático recebe no discurso.
- figura: segundo Denis Bertrand em *Caminhos da Semiótica Literária*, todo conteúdo de um sistema que tem um correspondente no plano da expressão do mundo natural; a figura é polissêmica por natureza, ela pode ser representada por mais de um semema, que é o conjunto de semas reconhecíveis no interior do signo.
- figuratividade: de uma maneira geral, a figuratividade reflete a semelhança, a representação, a tradução do mundo em realidades sensíveis. Transforma nossa percepção em concretude permitindo que transformemos nossas experiências em equivalentes concretos do mundo natural. É a transcodificação das figuras da expressão do mundo natural em figuras de conteúdo das línguas naturais. Conforme Bertrand (2003, p. 154), a figuratividade rege em boa medida formas e gêneros discursivos, opondo-se

aos discursos abstratos. As classes discursivas figurativa e abstrata propõem (permitem) ao enunciatário o crer e como crer. Ainda citando Bertrand (2003, p. 155)

“...os textos figurativos requerem uma forma de racionalidade peculiar, que é de ordem analógica, e não dedutiva. A adesão do leitor procede, por assim dizer, de maneira lateral: basta pensar no funcionamento da parábola (evangélica ou não), cujo significado figurativo está aí para veicular uma mensagem abstrata, espiritual ou teórica, que só pode adotar, para se dizer e ser compreendida, um suporte concreto da linguagem.... Fala-se, então, em ‘pensamento figurativo’, em ‘raciocínio figurativo’ e evoca-se a ‘profundidade’ do figurativo, embora este se situe na superfície das estruturas discursivas, dentro do percurso gerativo de sentido.”

- tematização: os panfletos analisados nesse trabalho são textos figurativos e têm um alto grau de figurativização, caracterizando a iconização, que produz efeito de concretude. Tal fato permite identificar figuras no panfleto que nos remete ao nosso imaginário, reconhecendo assim a relação com o nosso conhecimento de mundo. A tematização segundo Greimas e Courtés (1979 p. 454) é um procedimento que toma valores da semântica fundamental já atualizados, em junção com os sujeitos, pela semântica narrativa e os dissemina sob a forma de temas, pelos programas e percursos narrativos, abrindo assim caminho à sua eventual figurativização. A tematização pode concentrar-se nos sujeitos, nos objetos, nas funções ou repartir-se pelos diferentes elementos da estrutura narrativa em questão.

- enunciador/enunciatário: há uma dupla articulação, o enunciador de um lado e o enunciatário de outro desenvolvendo a partir da instauração da enunciação o que pode ser apreendido e depreendido como leitura e interpretação. O enunciador é o destinador, está explícito no discurso, e o enunciatário é o destinatário, é quem dá o significado ao texto; Greimas e Courtés (1979 p. 150) explicam a estrutura da enunciação:

A estrutura da enunciação, considerada como quadro implícito e logicamente pressuposto pela existência do enunciado, comporta duas instâncias: a do enunciador e a do enunciatário. Denominar-se-á enunciador o destinador implícito da enunciação (ou da comunicação) distinguindo-o assim do narrador(...). Paralelamente, o enunciatário corresponderá ao destinatário implícito na enunciação, diferenciando-se, portanto, do narratário (...), reconhecível como tal no interior do enunciado.

Assim compreendido, o enunciatário não é, apenas destinatário da comunicação, mas também sujeito produtor do discurso.

- motivo: segundo Denis Bertrand em *Caminhos da Semiótica Literária*, (2003, p. 423-4) *motivo* é a unidade de discurso, fixa e relativamente autônoma (sob forma de seqüência ou de micronarrativa), caracterizada de um lado por sua estabilidade narrativa e figurativa e de outro por sua variabilidade temática: o motivo pode receber diferentes funções segundo sua posição na narrativa (em posição de contrato inicial ou recompensa final). Assim, tem sido freqüentemente salientado o caráter migratório dos motivos, que, de um texto

a outro ou de uma cultura a outra, formam “blocos pré-fabricados” de discurso, produtos do uso sociocultural.

- semema: segundo Denis Bertrand em *Caminhos da Semiótica Literária*, (2003, p. 430) *semema* é o efeito de sentido produzido por um lexema, quando de sua manifestação em discurso, por meio do conjunto de semas que ele atualiza, núcleo sêmico e semas contextuais. O semema designa, assim, as significações realizáveis ou realizadas de uma palavra em contexto (as acepções).
- intertextualidade: conforme Greimas em seu *Dicionário de Semiótica*, (1979, p. 242) intertextualidade é o discurso autônomo dentro de um mesmo texto no qual modelos implícitos ou explícitos se manifestam; dentro de um texto podemos reconhecer marcas de outros textos, transformados ou reproduzidos com uma nova roupagem ou que possuam traços primários implícitos e/ou explícitos.
- ator: segundo Denis Bertrand em *Caminhos da Semiótica Literária*, (2003, p. 416) é a junção da sintaxe narrativa com a semântica discursiva, possui um papel temático e manifesta-se sob uma forma figurativa. Leonel & Nascimento (2002), apoiando-se em Greimas (*Dicionário de Semiótica*) explicou que ator:

é uma figura portadora, ao mesmo tempo, de um – ou de vários - papéis actanciais, que definem uma posição em um programa narrativo, e de um – ou de diversos - papéis temáticos, que definem a sua presença em um – ou em

múltiplos - percursos figurativos. O ator é, portanto, a junção de um papel actancial, de uma posição em um programa narrativo e de um papel temático, condensação de um percurso figurativo.

3. MITOLOGIA

3.1 A Mitologia presente em nossa cultura

A cultura romana foi muito influenciada pela cultura grega. Os romanos "copiaram" muitos aspectos da arte, pintura e arquitetura grega.

Os balneários romanos espalharam-se pelas grandes cidades. Eram locais onde os senadores e membros da aristocracia romana iam para discutirem política e ampliar seus relacionamentos pessoais.

A língua romana era o latim, que depois de um tempo espalhou-se pelos quatro cantos do império, dando origem na Idade Média, ao português, francês, italiano e espanhol.

A mitologia romana representava formas de explicação da realidade que os romanos não conseguiam explicar de forma científica. Trata também da origem de seu povo e da cidade que deu origem ao império.

Os romanos eram politeístas, ou seja, acreditavam em vários deuses. A grande parte dos deuses romanos foram retirados do panteão grego, porém os nomes originais foram mudados. Muitos deuses de regiões conquistadas também foram incorporados aos cultos romanos. Os deuses eram antropomórficos, ou seja, possuíam características (qualidades e defeitos) de seres humanos, além de serem representados em forma humana. Além dos deuses principais, os romanos cultuavam também os deuses Lares e Penates. Estes deuses eram cultuados dentro das casas e protegiam a família.

Principais deuses romanos: Júpiter, Juno, Apolo, Marte, Diana, Vênus, Ceres e Baco.

Mesmo desconhecendo a mitologia clássica convivemos com ela, pois está inserida no nosso dia-a-dia sem que referências sejam feitas à mesma.

Os deuses, heróis e criaturas da mitologia clássica continuam presentes no léxico de muitas línguas ocidentais, atravessando esses últimos três mil anos, geralmente embutidas em palavras de nosso uso mesmo que ignoremos as origens das mesmas.

A nossa língua está repleta de palavras vindas do grego e do latim.

Citaremos alguns exemplos para demonstrar a herança que trazemos em nosso léxico:

- o mês de janeiro tem esse nome porque era consagrado a Janus, um deus que tinha duas faces e que podia, portanto, olhar ao mesmo tempo o ano que terminava e o que estava começando;
- a palavra cereal vem do nome da deusa romana Ceres que era a deusa das colheitas;
- a palavra salário tem como origem a utilização do sal, em Roma, para o pagamento de serviços prestados.

Temos também a herança trazida para a arquitetura como por exemplo o formato dos estádios modernos se compararmos com as arenas da época do império greco-romano. Fachadas das construções modernas com a presença de janelas, colunas e detalhes decorativos externos que remetem à arquitetura da época.

Objetos de decoração como vasos, cortinas, tapetes que também nos lembram o estilo da época.

No esporte, retomou-se a partir de 1896 as Olimpíadas que remontam os primeiros jogos olímpicos que tiveram início em 776 a.C., com modalidades que permanecem até hoje, como corridas, lançamentos de discos etc.

Atualmente esses elementos da arquitetura e decoração têm função de dar requinte e pompa a ambientes e construções e conseqüentemente status.

Usamos expressões que utilizam atributos referentes aos deuses, mitos, personalidades da época clássica sem necessariamente sabermos a origem delas: adjetivamos alguém de narcisista, termo que teve origem em Narciso, dizemos quando vamos dormir que vamos para os braços de Morfeu sem termos, muitas vezes, a informação de que estamos nos referindo ao deus dos sonhos, falamos em bacanal sem alusão ao deus Baco, chamamos pessoas fortes de titãs, falamos sobre amores platônicos etc.

Podemos não ter conhecimento da herança que temos da cultura clássica, mas conforme descrito anteriormente, ela está muito mais presente em nosso imaginário cultural do que possamos nos dar conta.

3.2 Concepção de Mitologia

Diferentes autores já definiram mitologia. Não é nosso propósito discutir esse conceito, apenas citaremos algumas definições que com propriedade sintetizam o sentido que estamos atribuindo a esse termo.

Silva (1995, p.56-7) escreve:

Para Greimas (1987a, p.317-9), o estudo da mitologia insere-se no quadro das pesquisas sobre o “*ça symbolise*”, que envolve universais figurativos mobilizados por uma sintaxe fundamental para articular os universais semânticos que são *vida, morte, natureza, cultura*. Isso implica reconhecer, como organização semiótica profunda, *um nível mítico do discurso*, cujas estruturas são comparáveis às que regem os discursos poéticos e oníricos.....Tarefa central na abordagem greimasiana é a reconstituição do código semântico que subjaz aos textos míticos; cabe a esse código gerar as narrativas míticas.

Cassirer (2003, p.19), citando Max Müller, comenta:

A mitologia é inevitável, é uma necessidade inerente à linguagem, se reconhecemos nesta a forma externa do pensamento: a mitologia é, em suma, a obscura sombra que a linguagem projeta sobre o pensamento, e que não desaparecerá enquanto a linguagem e o pensamento não se superpuserem completamente; o que nunca será o caso. Indubitavelmente, a mitologia irrompe com maior força nos tempos mais antigos da história do pensamento humano, mas nunca desaparece por inteiro. Sem dúvida, temos hoje nossa mitologia, tal como nos tempos de Homero, com a diferença

apenas de que atualmente não reparamos nela, porque vivemos à sua própria sombra e porque, nós todos, retrocedemos ante à luz meridiana da verdade. Mitologia, no mais elevado sentido da palavra, significa poder que a linguagem exerce sobre o pensamento, e isto em todas as esferas possíveis da atividade espiritual.

Segundo Barthes (2003, p. 248 e 249):

[...] a mitologia participa de uma construção do mundo; tomando como ponto de partida permanente a constatação de que o homem da sociedade burguesa se encontra, a cada instante, imerso numa falsa Natureza, a mitologia tenta recuperar, sob as inocências da vida relacional mais ingênua, a profunda alienação que essas inocências têm por função camuflar. Esse desvendar de uma alienação é, portanto, um ato político; baseada numa concepção responsável da linguagem, a mitologia postula deste modo a liberdade dessa linguagem. É indubitável que, nesse sentido, a mitologia é uma *concordância* com o mundo, não como ele é, mas como pretende sê-lo.

Todas essas definições corroboram com o pensamento de A.J. Greimas que na obra *De dieux et des hommes: étude de mytologie lithuanienne* considera a mitologia como uma forma pela qual a humanidade pensa sua cultura. (1985, p. 13) Para o mesmo autor, a mitologia compreendida de maneira extensiva apresenta-se

como um método de análise das culturas de sociedades diversas: se ela se interessa pela descrição das antigas culturas históricas – e do mesmo modo da sua reconstituição – a mitologia torna-se um dos componentes essenciais da história da cultura.

Vemos que o que postula Greimas (1985, p. 14) é que a mitologia articula-se como um texto, ou melhor dizendo, um metatexto que interpreta uma cultura:

[...] a mitologia é a expressão da cultura de uma sociedade; enquanto texto cultural, ela pode e deve ser lida e interpretada com a ajuda de um sistema interno que a organiza e não pelas categorias apriorísticas que lhe seriam impostas do exterior.”

É a reutilização do sistema mitológico greco-romano que pretendemos ler e interpretar a partir de elementos compõe as cenas enunciativas dos panfletos do nosso *corpus*.

A reutilização de figuras mitológicas do mundo greco-romano em nosso *corpus* deverá, portanto, ser lida e interpretada duplamente: no texto primeiro, onde é utilizado em uma primeira cultura e nos textos do nosso *corpus*, onde ele é reutilizado.

A reutilização dessa mitologia em uma nova cena enunciativa, certamente, que implica outros sujeitos, tempos e espaços, construindo novos efeitos de sentido que incorporam novas axiologias.

4. INFORMAÇÕES RELEVANTES PARA NOSSAS ANÁLISES SOBRE O UNIVERSO HOMOSSEXUAL

A homossexualidade está presente desde as origens da humanidade. Foi diversamente interpretada, admitida, explicada, sendo que nenhuma sociedade a ignorou. O termo homossexualidade foi criado pelo médico húngaro Benkert, no ano de 1869, e é formado pelas raízes gregas “homo” que significa “semelhante” e pela raiz latina “sexus” significando “sexualidade”. Assim, o significado é “sexualidade semelhante”, ou seja, a sexualidade exercida com uma pessoa de mesmo sexo.

No período da Grécia Antiga, o escritor Platão foi um dos que abordou o assunto. Neste período, segundo Costa (1992), as atitudes sexuais eram, sobretudo, referidas aos amores masculinos e tinham como modelo as relações pederásticas: o adulto (professor) mantinha relações com os adolescentes (alunos), com o intuito de passar seu saber ao aluno. Entre os séculos 5º e 6º a.C., a bissexualidade era tida como normal no mundo grego.

Segundo Hopcke (1993), em 1973, a American Psychiatric Association (APA), ao fim de um longo e muito contestado debate interno, retirou a homossexualidade da lista de distúrbios mentais. Essa decisão foi em decorrência direta do movimento de liberação homossexual que começou a partir do final da década de 60 e início de 70.

O referido movimento de liberação desfraldou suas bandeiras, buscando mudar a “conceitualização”, tanto social, como individual, das relações homossexuais. A emergência da sexualidade foi assinada pela popularização da autodenominação gay, que sugere colorido, abertura e legitimidade. O termo

também trouxe uma referência cada vez mais difundida à sexualidade como uma propriedade ou qualidade individual.

O movimento político de liberação homossexual não se deu da noite para o dia. Foi marcado pelo motim de Stonewall (um bar onde os travestis se encontravam), em 1969, um confronto entre a polícia e os freqüentadores do bar, no bairro de Greenwich Village, na cidade de Nova York. A partir desse motim, foi institucionalizado o dia de 28 de junho como o “Dia do Orgulho Gay”, data que se refere ao fim do motim.

Para celebrar esse dia, realizou-se uma passeata em Nova York, no ano seguinte, com a intenção de exaltar o orgulho de ser gay. Logo, as passeatas se espalharam pelos Estados Unidos e pelo mundo.

4.1 A Bandeira do arco-íris

A Bandeira do arco-íris é o símbolo mais conhecido das comunidades gays. Apareceu pela primeira vez em 1978 na "San Francisco Gay and Lesbian Freedom Parade". A bandeira foi criada por um artista desta cidade, Gilbert Baker, que com a ajuda de trinta voluntários, costurou e tingiu a mão duas bandeiras gigantes para a marcha. Estas bandeiras tinham oito faixas. Cada cor representando:

- rosa choque o sexo;
- vermelho o fogo;
- laranja a cura;

- amarelo o sol;
- verde a natureza;
- turquesa as artes;
- azul índigo a harmonia;
- violeta o espírito.

Segundo Houaiss (2001), arco-íris é um fenômeno resultante da dispersão da luz solar em gotículas de água suspensa no ar, que se mostra como um conjunto de arcos coloridos. São sete as cores do arco-íris: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, índigo, violeta.

Segundo Chevalier (2002, p.77 e 78), um dos significados para o arco-íris é uma ponte de que se serviam deuses e heróis, entre o Outro-mundo e o nosso. Essa função quase universal é atestada tanto entre pigmeus quanto na Polinésia, na Melanésia e no Japão.

No mito grego, o arco-íris é utilizado por Íris, a mensageira dos deuses, ao trazer mensagens aos mortais. Então o arco-íris é uma ponte, uma ligação entre o céu e a terra, entre o reino dos deuses e o dos mortais.

O céu é algo não palpável. É também a morada dos deuses, ou seja, a morada da nossa alma, de quem somos, de quem queremos ser, ou mesmo de quem imaginamos ser. O mundo imaginário.

A terra, ao contrário do céu, é algo palpável, concreto, é o que nos dá sustentação, os instintos, o corpo.

Então o arco-íris está fazendo a ponte entre o mundo das idéias e o dos instintos.

O arco-íris, essa ponte de luz colorida, traduz a alegria de que, depois da chuva, vem o sol. A sabedoria popular nos diz que, quando o arco-íris encontra o chão, existe um pote de ouro. O que sugere que ali possa encontrar-se riqueza interior.

5. O MITO DO MITO

5.1 Análise do panfleto *Boy's Club* – Narciso - Apolo

Análise frente



Na cena enunciativa do panfleto, o enunciatário vê a imagem de um homem quase deitado, apoiado apenas em seu antebraço direito. Ele está nu e os músculos de seu corpo são definidos. Seu braço esquerdo está levantado para trás como se ele estivesse apoiando sua cabeça com a mão. Seu rosto fita o horizonte em linha reta, horizontal, paralela à base em que seu corpo está apoiado. Vemos

seu perfil direito, sua expressão é tranqüila e séria, ele apenas observa sua frente. O braço direito, em que ele se apóia, mostra o deltóide e o bíceps delineados. Seu braço esquerdo revela o tríceps trabalhado. Seu tórax é delineado pelo grande peitoral, grande denteado, grande oblíquo e grande reto do abdome. Nas coxas, salientam-se o vasto medial e vasto lateral.

O homem tem sua imagem refletida em um espelho ou água (qualquer espaço que reflita uma imagem). O lugar em que ele se encontra pode ser beira-mar, pois bem ao fundo ao lado esquerdo, há um farol que é utilizado para orientação de embarcações por meio da sua luz que serve como referência aos navegantes. Topologicamente, ele situa-se no alto de algum lugar, no topo, acima dos demais, pois ao fundo vislumbramos o horizonte, com o céu azul e uma ilha. Mais próximo a ele, há o cimo de árvores, ostentando suas folhas verdes, cimo que também tem sua imagem refletida no espelho / água.

No panfleto analisado, a imagem do ator não se contempla, olha para frente, para o infinito, ele não quer admirar-se, e sim, ser admirado.

Sua postura é relaxada e o olhar fita o horizonte. Como ele encontra-se nu, podemos dizer que ele quer ser observado e admirado.

Temos como enunciado “GAROTO APOLO 2003”, como explica o verso do panfleto, o público o elegerá. Talvez possamos entender que esse é o “GAROTO APOLO 2002” ou o ideal de beleza, como sugere o antropônimo Apolo.

Cromaticamente, em letras maiúsculas acima da imagem do rapaz, há o enunciado escrito em vermelho GAROTO APOLO 2003. É o tema da noite que vem com as informações de data e horário impressas com letras amarelas no canto inferior direito: 15.12. .SEGUNDA. 20 h.

Sobre o corpo do rapaz, em amarelo e letras maiúsculas, está o nome do lugar *BOY'S*, sendo que a letra B está sobreposta ao pênis do mesmo, de maneira que não fique a imagem completamente explícita, mas não a cobre totalmente. No espelho/água, está escrito *CLUB*, tendo a letra C está sobreposta ao pênis do rapaz com a mesma intenção da letra B. A tradução do nome da casa “*BOY'S CLUB*” é “Clube do rapaz, garoto, menino”.

O corpo do ator é iluminado por uma luz que lhe dá um aspecto dourado, ela é amarela alaranjada incidindo da direita para a esquerda quase que paralelamente ao corpo semi-deitado do ator.

O ouro é considerado o mais nobre dos metais, o material perfeito. Segundo Chevalier (2002, p.669,670 e 671) o ouro tem um caráter divino. Vários ícones são representados em material dourado. Na tradição grega, o ouro evoca o Sol e simbolicamente riqueza, dominação, brilho. Ele é também considerado arma de luz. Apolo, deus-sol, era coberto e armado com ouro.

Podemos interpretar esse ator “dourado” como sendo um troféu. Um troféu é um símbolo de uma vitória, somos merecedores dele quando somos vencedores de uma competição.

Abaixo à esquerda escrito em letras vermelhas, há o endereço na Internet: WWW.BOYSCLUB.COM.BR.

A cor vermelha, segundo Chevalier (2002), é noturna, fêmea, secreta. É a cor das antigas lâmpadas das casas de tolerância, convidando à transgressão ao que era proibido. Pode-se interpretar significado semelhante nesse panfleto.

O nome do clube, a data e horário estão em amarelo. Amarelo é a mais quente e ardente das cores. Os raios do sol são amarelos e Apolo é o deus do sol. Poderia ser uma alusão a esse deus no local e data e horário descritos.

Essas figurativizações compõem um ator que pode ser reconhecido como Narciso. A figura desse ator desencadeia, pelos traços semânticos que o compõem, uma correlação de sentidos, uma isotopia, que nos leva a reconhecer nele o papel temático de Narciso; resgatando, no nosso imaginário, essa figura actorial, estabelecemos o percurso figurativo que se identifica com ela, a figura de Narciso.

Para lermos o panfleto, reportamo-nos há milhares de anos. Resumimos abaixo o que encontramos em pesquisas feitas sobre Narciso¹:

Na antigüidade mais remota do povo grego, nas terras da Beócia, nasceu Narciso. Narciso era belíssimo e sua mãe, ansiosa por saber-lhe o futuro, procurou um famoso adivinho: o cego Tirésias. Na luz de sua escuridão, Tirésias viu e disse: “- Narciso terá vida longa contanto que não se conheça nunca!”

Sua mãe nada entendeu e, mesmo consultando os mais sábios, não conseguiu decifrar o enigma daquelas palavras. Enfim, esqueceu a profecia. Narciso cresceu com os traços e as formas de um deus. Assediado pelas ninfas fugia de todas entretido com os jogos de caça, indiferente ao sofrimento das paixões não correspondidas que despertava.

Um dia, porém, cansado de longa jornada, quedou-se na relva à beira de um lago e, inclinando-se a fim de beber, pois tinha sede, eis que na superfície estática da água, deparou-se Narciso com o reflexo perfeito do próprio rosto, coisa que nunca vira antes em toda a sua vida. Extasiou-se. Nas palavras de Ovídio em *Metamorfoses*, assim reagiu o jovem, enamorado de si mesmo: "...o rosto fixo,

¹ Fragmentos do texto extraído de *Metamorfoses*, de Ovídio In Mitologia Grega, vol II. São Paulo: Abril, 1976.

absorvido com esse espetáculo, ele parece uma estátua de mármore de Paros. Deitado no solo, contempla dois astros, seus próprios olhos, e seus cabelos, dignos de Baco, dignos também de Apolo, suas faces imberbes, seu pescoço de marfim, sua boca encantadora e o rubor que colore a nívea brancura de sua pele. Admira tudo aquilo que suscita a própria admiração. Em sua ingenuidade, deseja a si mesmo. A si mesmo dedica seus próprios louvores. Ele mesmo inspira os ardores que sente. Ele é o elemento do fogo que ele próprio acende. E quantas vezes dirigiu beijos vãos à onda enganadora! Quantas vezes, para segurar seu pescoço ali refletido, inutilmente mergulhou os braços no meio das águas. Não sabe o que está vendo, mas o que vê excita-o e o mesmo erro que lhe engana os olhos acende-lhe a cobiça. Crédula criança, de que servem estes vãos esforços para possuir uma aparência fugitiva ? O objeto de teu desejo não existe. O objeto de teu amor, vira-te e o farás desaparecer. Esta sombra que vês é um reflexo de tua imagem. Não é nada em si mesma; foi contigo que ela apareceu, e persiste, e tua partida a dissiparia, se tivesses coragem de partir.

Mas Narciso não partiu. Ali permaneceu, paralisado de amor pela imagem aprisionada no espelho d'água. Não comia, não bebia para não se afastar por nem um segundo da imagem no lago, não dormia. Definiu. Morreu, afinal, de fome, de sede, de exaustão. Depois de morto, ainda assim não teve paz: nas profundezas do Hades, Narciso continua sua auto-contemplação debruçado às margens do rio Estige. Na superfície da terra, nos bosques, as ninfas pretendem fazer as cerimônias fúnebres mas eis que o corpo desapareceu e no seu lugar brotou a flor amarela e branca que hoje conhecemos pelo nome daquele que amou somente a si mesmo.

No panfleto analisado, a imagem do Narciso não se contempla, olha para frente, para o infinito, ele não quer admirar-se, e sim, ser admirado. Percebemos que seu pênis está adormecido, provavelmente porque ele não está se admirando, pois a visão de si mesmo é o que o excita.

Essa cena enunciativa nos dá a visão do belo, mas intocável.

Conforme Bowder em seu *Dicionário Biográfico na Grécia Antiga* (s/d), Apolo é filho de Zeus e de Leto, também chamado Febo, irmão gêmeo de Ártemis, nasceu às fraldas do monte Cinto, na ilha de Delos. É o deus radiante, o deus da luz benéfica. A lenda mostra-nos Apolo, ainda garoto, combatendo contra o gigante Títio e matando-o, e contra a serpente Píton, monstro saído da terra, que assolava os campos, matando-a também. Apolo é, porém, também concebido como divindade maléfica, executora de vinganças. Em contraposição, como dá a morte, dá também a vida: é médico, deus da saúde, amigo da juventude bela e forte. É o inventor da adivinhação, da música e da poesia, condutor das Musas, afasta as desventuras e protege os rebanhos. Tinha qualidades atléticas, musicais e poéticas, possuía uma bela voz e tocava lira; os gregos o invocavam também em relação à medicina, criação de gado, agricultura e no manejo do arco e flecha. Era também o deus das profecias, concedendo esse dom aos humanos que apreciava; o seu oráculo em Delfos, era o mais célebre do mundo helênico.

Os atributos de Apolo eram relativos à sua luminosidade e integravam o modelo ideal do homem grego, capaz de equilibrar heroísmo, beleza e sabedoria.

Ele representava o ideal grego da jovem beleza masculina.

Análise Verso

Americam Bar	Sala de Vídeo	Saunas
Karaoke	Piscina	Dark Room
TV a Cabo	Academia	Privês

BOY'S CLUB

A Única no Centro

**Desfile dos mais belos garotos de sampa,
onde você escolherá o "Garoto Apolo 2003"**

Direção e Apresentação: Manon
ENTRADA R\$ 21,00

Alameda Nottman 1218/1220
Santa Cecília - São Paulo
(Entre os Metrô Santa Cecília e Marechal)

Fone: 11 - 3825.0932

ESTACIONAMENTO CONVENIADO AO LADO

Vimos na frente do panfleto que a cena enunciativa nos reporta à Mitologia Grega, pelas figuras de Narciso e Apolo.

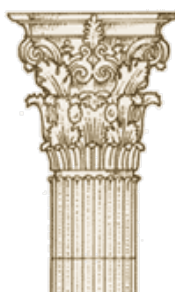
O verso do panfleto é em preto e branco e variações dessas duas cores e reporta também à Grécia. Enquanto na frente temos as figuras humanas de Narciso e Apolo, no verso, o ambiente grego é referendado por uma coluna grega, em estilo jônico, que se encontra no canto direito, atrás dos textos e, portanto, não completamente visível, envolta pela figura de uma perna direita de um rapaz.

As ordens de arquitetura mais utilizadas na Grécia foram a coríntia, dórica e jônica. Essas ordens determinavam não só diretrizes formais como também de

proporção, de tal maneira que o templo antigo oriundo da cultura dórica, mas que os gregos desenvolveram, é mais pesado e robusto em suas proporções que os outros dois.

Essas colunas têm como características:

- coluna coríntia - é sofisticada e de desenho requintado. Possui o capitel em folhas de acanto (gênero de subarbustos e ervas perenes, em sua maioria xeromorfas, de folhas amplas e penatífidas; nativas da região do Mediterrâneo, algumas espécies são cultivadas como ornamentais desde a Antigüidade), muito usado no lugar do capitel jônico, de um modo a variar e enriquecer aquela ordem. Sugere luxo e ostentação.

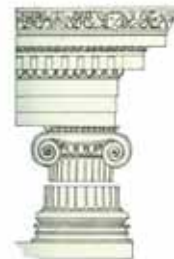
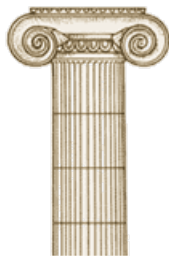


Toda coluna possui as divisões que estão descritas no desenho abaixo: fuste é o corpo da coluna, pode ser liso ou possuir caneluras (sulcos); capitel é o topo da coluna, por onde fica mais fácil de sua identificação; entablamento é a grande viga sobre o capitel que, por sua vez, subdivide-se em três partes: arquitrave embaixo, friso ao meio e cornija em cima. Cornija é o conjunto de molduras e frisos, em relevo que coroa o entablamento.

- Coluna dórica é a mais pesada e robusta de todas. Possui caráter masculino e austero. O capitel é mais simples e geométrico e a ordem guarda relação de proporção entre largura e altura menor, o que faz com que a coluna e conseqüentemente a construção sejam mais baixos, robustos.



- A c
- oluna jônica é a mais esbelta de todas. Possui caráter feminino e delicado. O capitel em voluta (ornato espiralado de um capitel de coluna) acentua a beleza suave da coluna, além das proporções.



O capitel jônico é parecido com o tipo de penteado feminino então em moda na época, segundo pesquisa feita no site www.pegue.com/artes/capitel_jonico em novembro de 2005.

O templo Jônico tem as proporções mais elegantes, ou seja, é mais esbelto em suas relações entre largura e altura. Essas proporções ocorrem desde a métrica das colunas e irão influenciar as dimensões finais da construção. Por isso, seu aspecto mais delicado e de caráter feminino, principalmente se comparado ao templo dórico que possui proporções mais pesadas. Representava a graça e o feminino. A coluna apresentava fuste mais delgado e não se firmava diretamente sobre o estilóbata, mas sobre uma base decorada. O capitel era formado por duas espirais unidas por duas curvas. A ordem dórica traduz a forma do homem e a ordem jônica traduz a forma da mulher.



A figura do rapaz no verso do panfleto, com a perna direita envolta na coluna jônica, tendo o capitel na altura de suas partes pudentas, permite-nos, recuperando a interdiscursividade com a mitologia grega, compor um ser sincrético, onde coexistem em um só corpo o masculino e o feminino.

Do lado esquerdo, encontra-se o quadro abaixo:

TV a Cabo	Karaokê	<i>Americam (sic) Bar</i>
Academia	Piscina	Sala de Vídeo
<i>Prives</i>	<i>Dark Room</i>	Saunas

Esses tópicos enumeram as comodidades do local, compondo, no imaginário do enunciatário, diferentes cenas enunciativas de que ele pode participar:

- **TV a cabo** – assinatura de vários canais de televisão nacionais e internacionais, de conteúdos diversos, como notícias, filmes, entretenimentos, shows etc;
- **Academia** – sala com aparelhos de ginástica e musculação;
- **Privês** – ambientes fechados onde se mantém relações livremente;
- **Karaokê** – equipamento de vídeo e som que proporciona a oportunidade de cantar acompanhando as letras das músicas no vídeo e a melodia gravada em *play-back*;
- **Piscina** – local para banhos e prática de esportes aquáticos;
- **Dark Room²** – salas escuras onde todas as práticas sexuais são permitidas, preservando a identidade dos usuários;
- **American Bar³** – local onde são servidas bebidas e petiscos;
- **Sala de Vídeo** – salas aonde são apresentados filmes porno-eróticos sendo permitida a troca de carícias;

² Salas escuras onde todas as práticas sexuais são permitidas, preservando a identidade dos usuários.

³ Local onde são servidas bebidas e petiscos.

- **Saunas** – banho a vapor, de origem finlandesa, à temperatura de 60 a 80°C; banho finlandês. Salas de banho com temperaturas elevadas.

O nome do lugar está em maiúsculas em cor cinza: “*BOY’S CLUB*” que quer dizer Clube do Garoto, mas trata-se de uma sauna, porque logo abaixo está escrito: “A Única no Centro” também na cor cinza.

Abaixo com letras pretas e inseridas em um retângulo cinza há o enunciado “Desfile dos mais belos garotos de sampa, onde você escolherá o “Garoto Apolo 2003”.

Abaixo também com letra preta: “Direção e Apresentação: Manon”

“ENTRADA R\$ 21,00”

O endereço está em cinza: “Alameda Nothman 1218/1220

Santa Cecília – São Paulo”

Em preto e entre parênteses (Entre os Metrô Santa Cecília e Marechal)

Em branco com contorno preto : Fone: 11 – 3825.0932

Em preto e maiúscula ESTACIONAMENTO CONVENIADO AO LADO

Como se pode observar, a cena enunciativa da frente e do verso do panfleto apropria-se de figuras que nos remete à Mitologia Grega para construir o efeito de sentido desejado. “Se você é tão belo quanto Narciso ou Apolo, concorra ao prêmio de beleza.”

Podemos dizer que o enunciador constrói um texto em que o enunciatário deseje ocupar a posição de Garoto Apolo ou ser admirado ou mesmo admirar corpos belos e fortes como o do panfleto.

O querer transformar-se em objeto de desejo ou conseguir adquirir o objeto de desejo faz com que o enunciatário desenvolva um percurso narrativo que o possibilite entrar em conjunção com produto anunciado, podendo ser ou recebendo o “troféu” que está sendo oferecido, ou simplesmente ser o espectador de uma disputa que seja de seu interesse.

5.2 Análise do panfleto *Danger Dance Club* – Gaia - Atlas

Análise frente



No panfleto, há a figura de um homem com as costas nuas, segurando o mundo. As costas aparecem a partir do início das omoplatas. A figura masculina tem os músculos bem torneados que, por estarem tensionados demonstram a força com que ele envolve o mundo.

Envolvendo o homem e o mundo, existem três anéis que nos remete aos anéis do planeta Saturno. Esses anéis são das cores do arco-íris. Conforme citado anteriormente o arco-íris é o símbolo do movimento gay. Essa informação nos permite saber qual é o enunciatário desse panfleto. O arco-íris é um arco multicolorido com o vermelho no seu exterior e o violeta em seu interior. As cores que compõe o arco-íris são: vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta. Cromaticamente, as cores presentes na cena enunciativa desse panfleto são exatamente essas.

O fundo do panfleto é escuro, tendo uma mistura de preto e azul muito escuro. Há pontos claros que representam as estrelas. Temos a representação da cena do firmamento durante a noite. É a simulação da representação do céu em uma noite clara, sem nuvens, o que nos possibilita visualizar as estrelas.

O mundo, que ocupa mais de dois terços do panfleto é azul claro, branco e amarelo esverdeado.

O cabelo da figura masculina é curto e castanho escuro. Sua pele é morena.

Eideticamente, a cena enunciativa do panfleto é predominantemente de formato circular, representada topologicamente em: quarto plano, o globo terrestre

que tem a forma circular com os pólos achatados, em terceiro plano, o ator abraçando o globo com seus braços acompanhando o contorno circular da representação do planeta terra, em segundo plano, os anéis que têm forma circular ou elíptica envolvendo o ator abraçando o globo, e em primeiro plano, temos a logomarca da casa noturna que é a representação da figura de um meteoro.

Se pudéssemos olhar a Terra de cima, veríamos uma grande esfera azul, porque o mar toma conta de quase todo o planeta. Os oceanos compõem cerca de 70% da superfície da Terra, e os continentes ocupam o restante, ou seja, quase 2/3 do planeta são cobertos de água.

A água é muito importante para a vida no planeta terra, pois foi por causa dela que a terra tornou-se um ser vivo em constante evolução. Os seres vivos são constituídos em sua maior parte de água, o que torna a vida no planeta totalmente dependente deste elemento.

Abaixo, a imagem da Terra vista do espaço tirada da Apollo 10 durante sua viagem a Lua em maio de 1969, retirada do site http://heasarc.gsfc.nasa.gov/nasap/docs/solar2_p/earthi_p.html em outubro de 2006, referenda nossa análise:



O planeta Terra tem água em abundância, que abrange aproximadamente, 70% da superfície terrestre. Sua distância do Sol - 150 milhões de quilômetros - possibilita a existência da água nos três estados: sólido, líquido e gasoso. O vapor d'água é o elemento principal para a formação de nuvens, que nas suas precipitações pluviométricas, propiciam a irrigação dos continentes e, conseqüentemente, a presença de vida nesses locais. Além disso é responsável pela reposição de água nos oceanos, seja pelas precipitações pluviométricas ou pela condução através dos rios ou de lençóis subterrâneos. Os oceanos foram responsáveis pelo aparecimento de vida na terra.

A existência de tudo o que é vivo, em nosso planeta, depende de um fluxo de água contínuo e do equilíbrio entre a água que o organismo perde e a que ele repõe.

As semelhanças entre o corpo humano e a Terra são: 70% do nosso corpo também é constituído de água. Assim como a água irriga e alimenta a Terra, o nosso sangue, que é constituído de 83% de água, irriga e alimenta nosso corpo.

Quando o homem aprendeu a usar a água em seu favor, ele dominou a natureza: aprendeu a plantar, a criar animais para seu sustento, a gerar energia etc.

Segundo Pugliesi (2005, p. 38), na mitologia grega, Gaia é o nome poético dado à deusa da Terra, uma das primeiras divindades a habitar o Olimpo. Sem intervenção masculina, Gaia gerou Urano (o Céu), as Montanhas e o Mar. Formou com o filho Urano o primeiro casal divino e dessa união nasceram os Titãs, os Ciclopes e os Hecatonquiros, gigantes de cinqüenta cabeças e cem braços.

Urano detestava os filhos e, logo após seu nascimento, encerrava-os no Tártaro. Revoltada com esse procedimento, Gaia decidiu armar um dos filhos, Cronos, com uma foice. Cronos atacou Urano, separando assim o Céu e a Terra.

Gaia⁴, na mitologia clássica, personificava a origem do mundo, o triunfo e ordenamento do cosmos frente ao caos, a propiciadora dos sonhos, a protetora da fecundidade e dos jovens.

Bilhões de anos atrás na escuridão nevoenta do nada (Caos) vai surgindo gradativamente a imagem da divindade Gaia (Terra), que coberta por alvos mantos vai dançando e rodopiando, tornando-se cada vez mais visível. Com os incessantes rodopios seu corpo vai se solidificando e se transformando em montanhas e vales; seu suor transforma-se em mares e rios; seus braços alongam-se e a envolvem em proteção formando o firmamento a sua volta.

A união da Terra e do firmamento gerou condições para o surgimento da vida vegetal e animal, aparecendo também os gigantes Titãs com forma humana que deram origem aos deuses e deusas e posteriormente os seres humanos mortais.

As figuras que compõe a cena enunciativa desse panfleto nos remete à figura mitológica de Atlas. Atlas era um Titã. Os Titãs simbolizam, segundo Chevalier (2002, p.886) "as forças brutas da terra e, por conseguinte, os desejos terrestres em atitude de revolta contra o espírito", isto é, contra Zeus.

⁴ **Sahtouris**, E. *Gaia: do Caos ao Cosmos*: São Paulo, Interação, 1991.

Sahtouris, E. *A Dança da Terra*: São Paulo, Rosa dos Tempos – 1998.

Ambiciosos, revoltados e indomáveis, adversários tenazes do espírito consciente, patenteado em Zeus, não simbolizam apenas as forças brutas da natureza, mas, lutando contra o espírito, exprimem a oposição à espiritualização harmonizante. Sua meta é a dominação, o despotismo.

Diz a mitologia grega que Atlas foi punido por Zeus com a dura tarefa de carregar o mundo nas costas, porque liderou o exército dos Titãs numa revolta contra seu domínio, a pedido de Cronos (líder mais antigo dos Deuses gregos). Por isso, nos quadros e esculturas, a fisionomia de Atlas, em geral, é representada com uma expressão de angústia, refletindo o pesado fardo que Zeus obrigou-o a carregar.

Atlas, junto com outros titãs que eram forças do caos e da desordem, queria alcançar o poder supremo, atacando o Olimpo e combatendo Zeus e seus aliados que eram as energias do espírito, da ordem e do Cosmos. Há também uma outra versão em que ele se aliou aos demais titãs para resistir à revolta liderada por Zeus.

Zeus após triunfar castigou seus inimigos, condenando Atlas a ficar sustentando o céu sobre os ombros, mantendo-o assim separado da terra. Geralmente Atlas é retratado sustentando um globo sobre os ombros. Nas representações seu semblante é pesado, austero, sofredor.

No panfleto o ator está de costas e ele abraça o mundo ao invés de tê-lo nas costas. Eideticamente, o desenho da sua musculatura dorsal superior se irradia pelas imagens em forma de estrias, que simulam a figurativização de nuvens que revestem em quase sua totalidade o globo. Essa figurativização, parece-nos uma proposta do enunciador que tem como objetivo encenar uma simbiose entre o

domínio do homem sobre as forças naturais da Terra. Podemos ir além, acreditando que a composição das isotopias presentes sugere, na cena enunciativa, que o homem capaz de ter esse domínio sobre a terra é o homossexual, afirmação essa pressuposta da representação da figurativização dos anéis de saturno (que como vimos anteriormente representam a marca do enunciatário homossexual) envolvem o homem e a terra, referendando a simbiose.

Parece-nos que o enunciador quer fazer crer ao enunciatário que ele pode abraçar o mundo, não como sendo um fardo ou um sacrifício, mas sim como uma forma de poder, sendo capaz de “ter o mundo sob seu domínio”. E lembrando que Atlas é um titã, filho de Gaia, Terra, uma leitura possível é também: não há uma separação da mãe do filho.

Acima temos o enunciado “Sábado Espetacular”, na cor branca, ocupando toda a extensão do panfleto. Abaixo, do lado direito, temos o nome do lugar “*Danger dance club*” e a logomarca do clube, uma espécie de meteoro de fogo em formato de uma flecha que se parece com a extremidade do pênis.

Danger em inglês quer dizer risco, perigo. O nome da casa é esse, portanto, o lugar perfeito para quem está disposto a se arriscar.

Meteoro, segundo Houaiss (2001) significa:

substantivo masculino

1 qualquer fenômeno óptico ou acústico que se produz na atmosfera terrestre, como o vento, a chuva, o arco-íris etc.

2 rastro luminoso presente na atmosfera terrestre quando ocorre atrito entre um meteoróide e os gases desta atmosfera; estrela cadente, estrela filante, estrela fugaz aquilo que tem um brilho forte e passageiro

O enunciado verbal do panfleto é “Sabado Espetacular”. Entendemos por espetacular algo grandioso, exuberante. Segundo Houaiss (2001):

Espetacular:

adjetivo de dois gêneros

1 relativo a ou próprio de espetáculo

2 Derivação: por extensão de sentido.

que seduz os olhos pela grandiosidade, luxo, beleza, ineditismo

3 Regionalismo: Brasil. Uso: informal.

ótimo, excelente, fora de série

Associando o enunciado verbal com o visual, podemos deduzir que o enunciatário poderá entrar em conjunção com um ambiente fora do comum, permitindo que o impossível transforme-se em realizável, bastando apenas ocupar o lugar do ator Atlas. Como a figura do panfleto está de costas, não há uma identidade específica, qualquer um que queira pode dominar seu próprio mundo sem que seja um fardo ou um castigo. O *Danger Dance Club* oferece as condições para a transformação da vida em algo grandioso, que se figurativiza como o mundo do enunciatário.

Análise verso

by ELO - 3081-9452

APRESENTADORAS
GRETA STAR - MISS BIÁ
+ BALLET DANGER
PERFORMANCE SHOW
10 GOGO BOYS

HOSTESS RESIDENTE DIR. ARTÍSTICA e COREOGRAFIA
LYSA BOMBOM **ROBERTO MAFRA**
SALETE CAMPARI DJ RESIDENTE **VLAD**

Das 23h até 0h R\$ 5,00 - Após R\$ 8,00 - s/este R\$ 10,00
 Rua Rego Freitas, 470 - Centro/SP - InfoDanger: 3211-0371
www.dangerdanceclub.com.br
 Estacionamento com manobrista
 Entrada Proibida p/ menores de 18 anos. Obrigatório apresentação do RG

1
2
3
4

O verso do panfleto é em preto e branco e variações dessas duas cores. Como marca d'água temos o nome "Danger dance club" e o logotipo da casa noturna que é uma espécie de meteoro de fogo em formato de uma flecha que se parece com a extremidade do pênis, conforme descrito anteriormente.

No canto superior direito encontramos uma coluna com números de 1 a 4 dispostos verticalmente, conforme reprodução abaixo:

1
2
3
4

conforme informações obtidas com freqüentadores dessas casas noturnas, foi-me explicado que essa coluna é uma forma de controle interno das casas sobre propaganda e divulgação. Basicamente o critério usado é o mesmo em todas elas: cada número grifado corresponde a um determinado distribuidor. Os distribuidores são escalados para entregarem esses panfletos em determinados lugares, quando apresentados na portaria são recolhidos para que seja verificado o melhor resultado das propagandas.

Centralizado na parte superior em caixa alta e negrito está escrito em preto:

**“APRESENTADORAS
GRETA STAR – MISS BIÁ
PERFORMANCE SHOW
10 GOGO BOYS”**

Abaixo, com letras menores mas também em caixa alta, negrito e preto:

“HOSTESS RESIDENTE	DIR. ARTÍSTICA e COREOGRAFIA
LYSA BOMBOM	ROBERTO MAFRA
SALETE CAMPARI	DJ RESIDENTE VLAD”

Star em inglês significa estrela, figura em forma de estrela, ator, atriz, pessoa que se distingue em alguma arte (estrela de cinema, de teatro).

Abaixo, em negrito :

“Das 23h até 0h R\$ 5,00 – Após R\$ 8,00 – s/este R\$ 10,00”

Sem negrito está escrito o endereço:

“Rua Rego Freitas, 470 – Centro/SP – InfoDanger: 3211-0371”, em seguida em negrito o endereço eletrônico: **www.dangerdanceclub.com.br** e, abaixo em letras menores: “Estacionamento com manobrista” e

“Entrada proibida p/ menores de 18 anos. Obrigatório apresentação do RG”

Greta Star é travesti e Miss Biá é transformista. Elas apresentam os shows e também atuam, são performáticas. Travestis são homens que não são operados e que se vestem de mulher o tempo todo. Transformistas são homens que se transformam apenas para atuar, fazer shows. Há também os transexuais que são homens que fizeram cirurgia para mudar de sexo.

Segundo Houaiss, (2001) travesti:

“Acepções

substantivo de dois gêneros

1. artista que, em espetáculos, se veste com roupas do sexo oposto
2. homossexual que se veste e que se conduz como se fosse do sexo oposto”

Etimologia

fr. travesti (1543) 'disfarçado'; como substantivo (1831) 'homem vestido de mulher ou vice-versa'; part.pas. de travestir (1543)'vestir-se de modo a disfarçar sua condição, seu sexo, sua idade etc.', emprt.; ao it. travestire (1512) 'disfarçar(-se)'

e transformista:

“Acepções

substantivo de dois gêneros

ator cujo espetáculo consiste em caricaturar tipos distintos, com trocas rápidas e sucessivas de trajes que identificam esses personagens

m.q. travesti

Etimologia

transformar + -ista;”

e, transexual

“Acepções

adjetivo e substantivo de dois gêneros

1. que ou aquele que tem a convicção de pertencer ao sexo oposto, cujas características fisiológicas aspira ter ou já adquiriu por meio de cirurgia

adjetivo de dois gêneros

2. relativo à mudança de sexo

Etimologia

trans- + sexual; ver sex(i/o)-“

Performance shows são shows de variedades, geralmente atuando travestis, transformistas e transexuais. São shows geralmente de curta duração e cômicos.

*Gogo Boys*⁵ são rapazes que geralmente têm o corpo musculoso e bem cuidado, que dançam em boates com sungas minúsculas para entreter o público. Eles ficam espalhados pela boate, em pontos estratégicos e em algumas casas não podem ter acesso aos clientes. Em outras, podem até fazer programas com quem os contratarem.

Hostess, segundo WHITLAM (1991) em seu dicionário de inglês/português: “-host.ess n 1 anfitriã, anfitrião. 2 garçoneiro. 3 acompanhante. 4 recepcionista. 5 aeromoça.”

⁵Rapazes que geralmente têm o corpo musculoso e bem cuidado, que dançam em boates com sungas minúsculas para entreter o público. Eles ficam espalhados pela boate, em pontos estratégicos e em algumas casas não podem ter acesso aos clientes. Em outras, podem até fazer programas com quem os contratarem.

Portanto, *hostess*⁶ residente são as pessoas que ficam na porta recebendo os freqüentadores da casa com o objetivo de entretê-los e deixá-los à vontade, sendo que residente significa que são fixas da casa.

D.J.⁷ é a abreviação de *disc-jokey* que é quem fica encarregado de cuidar do som da casa, escolhe e executa as músicas. Há uma diferença entre *DJ* residente e *hostess* residente. Os D.J. são fixos em um certo dia da semana. Cada dia eles trabalham em uma casa diferente, enquanto a *hostess* é fixa todos os dias da semana.

O preço é mais barato até às 0 horas (R\$5,00) e após esse horário o valor é R\$8,00. Caso a pessoa não apresente o *flyer* na entrada, paga R\$10,00.

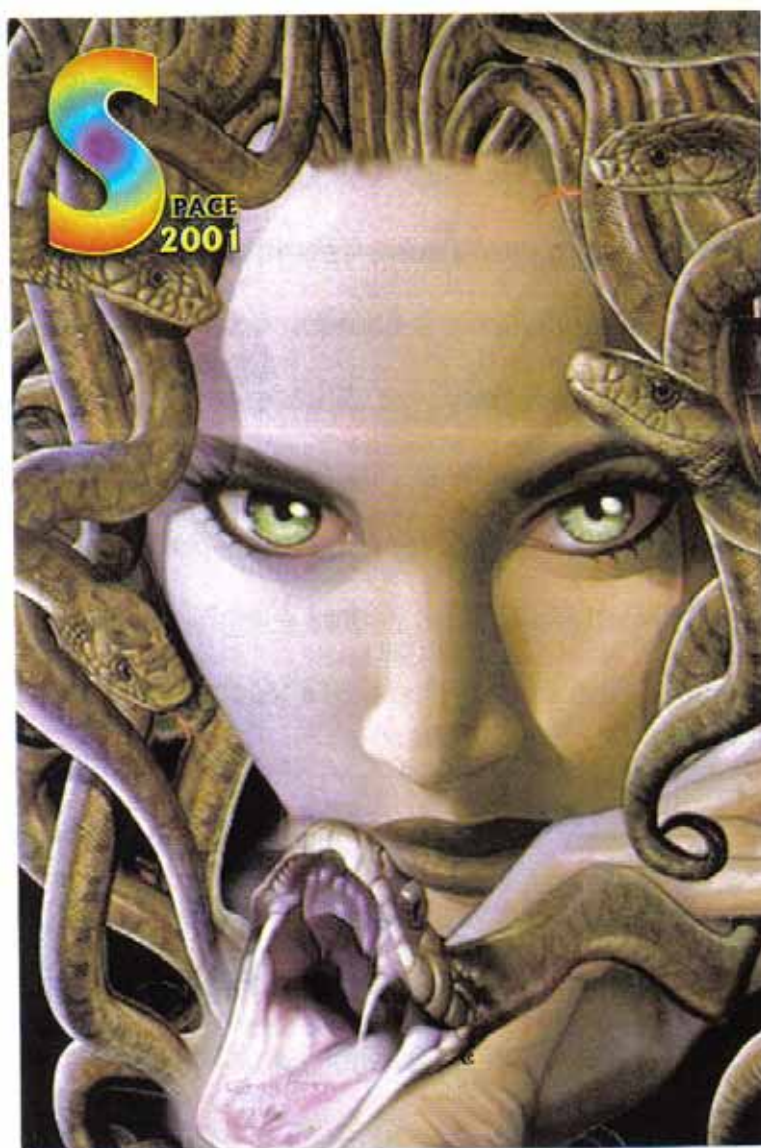
Não é permitida a entrada de menores de 18 anos e é necessário que se apresente o documento de identidade na porta.

⁶ Pessoas que ficam na porta recebendo os freqüentadores da casa com o objetivo de entretê-los e deixá-los à vontade, sendo que residente significa que são fixas da casa.

⁷ É a abreviação de *disc-jokey* que é quem fica encarregado de cuidar do som da casa, escolhe e executa as músicas. Há uma diferença entre *DJ* residente e *hostess* residente. Os D.J. são fixos em um certo dia da semana. Cada dia eles trabalham em uma casa diferente, enquanto a *hostess* é fixa todos os dias da semana.

5.3 Análise do panfleto *Space 2001* - Medusa

Análise frente



No panfleto, há uma figura com o olhar sedutor, vítreo, verde cristalino, fixo, convergindo incisivamente para o olhar do enunciatário. No lugar dos fios dos cabelos há serpentes. Topologicamente, cinco cabeças aparecem, sendo uma do lado esquerdo acima da sobrancelha esquerda, outra na altura da maçã do rosto com a língua para fora. Ao lado direito, na altura da fronte, há outra também com a língua para fora, abaixo, na altura das têmporas há outra, com a cabeça em diagonal direcionando-se para o canto superior esquerdo. A cabeça da quinta serpente destaca-se das demais por estar em primeiro plano, ocupando pouco mais de um quarto da altura total da imagem. Esta cabeça está com a boca escancarada deixando a mostra as duas presas e sua posição indica que é o momento do bote. O nariz da imagem da figura é delicado e feminino. A boca é carnuda, está fechada e cromaticamente, sua coloração é da mesma tonalidade, verde acinzentado, das serpentes. Eideticamente, o formato do rosto é oval, a testa é proeminente e as sobrancelhas definidas. Os olhos são amendoados e delineados. De maquilagem percebe-se delineador, rímel e batom. Seu rosto é harmônico e proporcional, embora o que marca, chama atenção, são os olhos. Sua mão esquerda, encontra-se entre a cobra e seu rosto. Percebemos após análise da imagem, uma fração de seu braço e mão esquerdos, mão esta que sugere estar acariciando o corpo da serpente. Paradoxalmente, esta imagem de seu braço e mão possuem aparência masculina. Matericamente, sua tez parece de porcelana, pele suave, perfeita. Há um jogo de luz e sombra, no intuito de tridimensionalizar a imagem.

O plano de fundo é preto.

Toda essa figurativização, expressa pelo plano de expressão, remete-nos a isotopia da beleza pérfida que, ao mesmo tempo em que convida ao prazer, mostra o perigo, o risco da contaminação pelo veneno.

A dimensão plástica do panfleto constrói a dimensão figurativa que nos remete ao mito da Medusa, que, como na mitologia grega, no lugar dos cabelos há cobras. A figura da Medusa no panfleto é reatualizada em uma Medusa hipnotizante que sincretiza alucinação, adrenalina, mas também correr riscos.

Segundo Pugliesi (2005, p.141) Medusa era a única mortal das três irmãs Górgonas. A górgona é um monstro da Mitologia grega muito perigoso, tem cabelos de serpente e veneno muito forte. Seu olhar transforma pessoas em pedra. Viviam na Casnia. Eram criaturas terríveis, parecidas com dragões, cobertas de escamas douradas. Eram as filhas monstruosas de Forcis, deus do mar, e de Ceto, sua esposa. Duas delas eram imortais, Ésteno e Euríale, mas Medusa, que era mortal, foi morta por Perseu. Medusa é a górgona mais conhecida.

Medusa tinha poderes tão extraordinários que mesmo morta podia petrificar quem olhasse para sua cabeça. Uma mecha de seu cabelo afugentava qualquer exército invasor e seu sangue tinha o dom de matar e ressuscitar pessoas. Temidas pelos homens e pelos deuses, as três habitavam o extremo Ocidente, junto ao país das Hespérides. Tinham serpentes em vez de cabelos, presas pontiagudas, mãos de bronze e asas de ouro. Perseu foi encarregado por Polidectes de decepar a cabeça da Medusa. Para isso, o herói munuiu-se de objetos mágicos, como sandálias aladas, para pairar acima dos monstros, e o escudo de bronze, cujo reflexo permitiu neutralizar o olhar petrificante. Com a espada dada pelo deus Hermes, Perseu

decapitou Medusa e recolheu sua cabeça, que foi posta no escudo de Atena como proteção contra os inimigos.

O único meio de derrotá-la é fazendo com que ela olhe o próprio reflexo em um espelho para que ela se transforme em pedra e seja destruída.

Há também o mito que diz que outrora Medusa fora uma belíssima donzela, orgulhosa de sua beleza, principalmente dos seus cabelos, que resolveu disputar o amor de Zeus com Minerva. Esta, enraivecida transformou-a em monstro, com cabelos de serpente. Outra versão diz que Zeus a teria seqüestrado e violado no interior do templo de Minerva e esta mesmo sabendo que Zeus a abandonara, não perdoou tal ofensa, e o fim é o mesmo. Medusa é morta por Perseu, que também foi rejeitado e com sua mãe Danae trancado em uma arca e atirado ao mar, de onde foi resgatado por um pescador que os levou ao rei Polidectes que o criou com sabedoria e bondade. Quando Perseu ficou homem, Polidectes enviou-o para a trágica missão de destruir Medusa. Para isto receberia o auxílio dos deuses. Usando sandálias aladas pode pairar sobre as górgonas que dormiam. Usando um escudo mágico de metal polido, refletiu a imagem de Medusa como num espelho e decapitou-a com a espada de Hermes. Do pescoço ensangüentado de Medusa saíram dois seres que foram gerados do conúbio com Poseidon. O gigante Crisaor e o cavalo Pégaso. O sangue que escorreu de Medusa foi recolhido por Perseu. Da veia esquerda saía um poderoso veneno, da veia direita um remédio capaz de ressuscitar os mortos. Ironicamente, trazia dentro de si o remédio da vida, mas sempre usou o veneno da morte.

Segundo Brunel (2000, p. 133-4), serpente é um animal mítico, ambivalente e que a Bíblia vê como a imagem do mal, da sedução e da tentação. A

serpente tem algo do gato ou da gata, perigosa e perversa sedutora, cujo olhar equivale, em Baudelaire, à língua fendida.

Acreditamos, que toda essa figurativização da cena enunciativa do panfleto reatualiza a figura mítica da Medusa, desafiando o enunciatário a fazer parte do incógnito, caindo na tentação do prazer e do risco.

No canto superior esquerdo, há uma letra S com as cores do arco-íris, que é um dos símbolos gays, e ao lado do “S” na base está escrito “**PACE**” em negrito, Com a borda amarela, como a da letra, formando a palavra *Space* que é o nome da casa e abaixo 2001 que cromaticamente está invertido com a palavra “pace”, o 2001 tem a borda preta e o interior amarelo.

Space em inglês significa espaço, universo. O nome da casa quer dizer espaço 2001, e no verso do panfleto descobrimos que o 2001 é o número da rua em que fica a casa.

Análise verso

DOMINGO STAR
A partir das 18:00h

Traga sua torcida e mostre seu talento!

APRESENTAÇÃO: *Candice e convidados*

VIP até 01:00h
Após R\$ 5,00
S/ flyer R\$ 10,00

- 2 Pistas
- 2 American Bar
- Dark Room
- Lounge

Comemore seu Aniversário conosco!

Direção Artística: *Dhema* **Hostess:** *Candice*

DJs: *Hanzo Haddori*
R. Night

- COCO BOYS - DRAGS
- OS MELHORES SHOWS DE SP
- ESTACIONAMENTO NA RUA BELA CINTRA, 521

Rua da Consolação, 2001
info: 3258.5631

Gráfica Megam: 6109-4242 Não jogue este em vias públicas Distribuição interna

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

O verso do panfleto é em preto e branco e variações dessas duas cores.

No canto superior esquerdo há a letra “S” que é a logomarca da casa. A borda da letra está em preto e ela é branca. Ao lado do “S” na base está escrito “**PACE**” em negrito, que com a letra S à esquerda forma a palavra *Space* que é o nome da casa e abaixo 2001 seguindo o estilo da letra S com a borda em preto e os números em branco. E abaixo de tudo o endereço eletrônico: www.space2001.com.br.

Ao lado direito da logomarca, em caixa alta e negrito, está escrito em preto “**DOMINGO STAR**” e abaixo e com letras menores e também em preto “A partir das 18:00h”.

Star em inglês significa estrela, figura em forma de estrela, ator, atriz, pessoa que se distingue em alguma arte (estrela de cinema, de teatro). O tema da festa do dia é para que o enunciatário seja a estrela do domingo, o que está referendado na frase que vem abaixo, com letra cursiva e preto “Traga sua torcida e mostre seu talento!”.

Também em letra cursiva, com a borda em preto e as letras em branco “Candice e convidados” e ao lado esquerdo “Apresentação:”

Candice é uma transformista.

Abaixo está escrito:

“VIP até 01:00h	2 Pistas
Após R\$ 5,00	2 American Bar
S/flyer R\$ 10,00	Dark Room

Lounge”

A primeira coluna está sobre um fundo acinzentado clareando da esquerda para a direita o tom de cinza. As bordas das letras estão em preto e a cor das mesmas é branca.

Na nossa cultura, sabemos que VIP é uma sigla usada para designar pessoas muito importantes, tanto é que se trata da abreviação de *Very Important Person* (pessoa muito importante). Causou-nos estranhamento o fato de haver um horário específico para a entrada de VIPs (até 01:00h) porque normalmente pessoas consideradas VIPs têm acesso livre aos lugares e são presenças importantes para o nome e a divulgação das casas. Pesquisamos com freqüentadores dessas casas noturnas para entendermos o motivo de tal limitação do horário e descobrimos que VIP é a sigla de “VIADOS IMPOSSIBILITADOS DE PAGAR”, motivo este que os freqüentadores que não têm condições financeiras de pagar o ingresso podem entrar de graça, mas com restrição de horário. Eles chamam de “cortesia” o convite que é dado para alguém.

Os tópicos abaixo enumeram as comodidades do local que estão citados acima, do lado direito, compondo, no imaginário do enunciatário, diferentes cenas enunciativas de que ele pode participar:

- **Pistas** – pistas de dança
- **American Bar** - (ver nota de rodapé 3)
- **Dark Room** – (ver nota de rodapé 2)

- **Lounge**⁸ – espaço com lugar para sentar, bar e algumas vezes com DJ próprio do espaço sem intenção de dançar, mas normalmente as pessoas dançam.

Ao lado direito, sobre uma espécie de estrela com várias pontas está escrito em letras brancas e bordas pretas “Comemore seu aniversário conosco!”

No canto inferior direito, está a coluna numerada que é o controle de propaganda deles conforme explicado no panfleto anterior

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

A coluna deste panfleto está com o número 9 grifado.

Abaixo temos:

Direção Artística	Hostess:	Djs
Dhema	Candice	Hanzo_Haddori
		- R. Night

- GOGO BOYS – DRAGS

- OS MELHORES SHOWS DE SP

Gogo Boys (ver nota de rodapé 5).

Hostess (ver nota de rodapé 6).

⁸ Espaço com lugar para sentar, bar e algumas vezes com DJ próprio do espaço sem intenção de dançar, mas normalmente as pessoas dançam.

D.J. (ver nota de rodapé 7).

A definição de *drag* no dicionário de inglês-português WHITLAM (1991) entre várias coisas é roupa própria de pessoas de um sexo usada por pessoas de outro, festa de homossexuais. Para nós são artistas que fazem shows com roupas espalhafatosas e femininas.

O local tem convênio com estacionamento, dando aos frequentadores comodidade porque a Rua da Consolação é uma rua muito difícil para estacionar carros.

“- ESTACIONAMENTO NA RUA BELA CINTRA, 521

Rua da Consolação, 2001

Info: 3258.5631

Gráfica Megami: 6109.4242 Não jogue este em vias públicas Distribuição interna”

O nome da casa é Space 2001 porque é um espaço que está localizado no número 2001 da rua da Consolação.

5.4 Análise do panfleto *Freak Club* – Apolo - Diana

Análise frente



No panfleto, em primeiro plano, há uma figura masculina, jovem, em pé. O ator veste apenas uma vestimenta branca com detalhe dourado na barra e na cintura. Em cada pulso há uma pulseira da mesma cor do detalhe da saia. Essas

pulseiras são três tiras paralelas. Em sua cabeça há uma espécie de tiara rodeando-a, também da mesma cor das pulseiras e da barra da saia. O corpo do ator é torneado pelos músculos. Seus peitorais, suas coxas, sua barriga e seus bíceps são fortes.

Ele está no centro do panfleto e ocupa toda sua extensão, verticalmente, está posicionado no primeiro degrau de uma escadaria.

A cromaticidade e dimensão eidética da escadaria frontal simula sua materialidade pétrea, que apesar do traço de durabilidade deste material apresenta marcas de desgaste pelo tempo e uso. É uma escada larga, começa ocupando toda a extensão do panfleto horizontalmente. Ela ascende diagonalmente da direita para a esquerda terminando em aproximadamente metade do panfleto na vertical. Da base do último degrau (contado de baixo para cima), no canto esquerdo, há uma coluna que sugere a sustentação da extremidade direita de um templo.

A escadaria tem onze degraus, sem contar o que está o belo jovem. As dimensões espaciais, eidéticas, cromáticas sugerem um percurso narrativo que o actante poderá percorrer, tanto descendente como ascendente. O rosto do ator, que parado, no início da escada, é delicado, frágil, angelical. De costas para o topo da escada, seu olhar está direcionado para baixo, parecendo pensativo.

O fundo do panfleto é escuro, há estrelas variadas no canto superior direito, há a figura da lua, que compõem a cena enunciativa da noite.

Na escadaria, que está posicionada sobre (ou acima) das nuvens, a iluminação que incide sobre o ator é angulada de cima para baixo, da esquerda para a direita, podendo isto ser afirmado porque o lado esquerdo do modelo está bem iluminado e a sombra é direcionada para o lado direito isto é claramente visto pela

sombra do senho, nariz, do queixo, da curva dos músculos peitorais, na parte interna da mão esquerda e da saia.

A iluminação no nome do clube é emanada de si própria, formando um campo de luz em cada uma das letras.

Há outra iluminação que incide sobre a escada, iluminação essa que está a pino, e apesar de ser noite as nuvens também estão com iluminação a pino. A lua está iluminada da esquerda para a direita, com iluminação lateral.

O enunciado verbal do panfleto está posicionado tanto verticalmente como horizontalmente. Do lado esquerdo, está escrito SÁBADO, uma letra embaixo da outra, verticalmente. A cor é azul médio, nem claro nem escuro. Do lado direito verticalmente, está escrito, *Freak*, em branco, *club*, em vermelho.

A figurativização do ator jovem e belo em pé nos remete ao deus Apolo.

Segundo Pugliesi (2005, p.60-3), Apolo ou Febo na mitologia romana, é filho de Júpiter e de Latona e irmão gêmeo de Diana e nasceu na ilha de Delos. Ele tinha uma beleza radiante, era alto e tinha modos sedutores. Ele amou a ninfa Coronis e teve Esculápio como filho. Esculápio ressuscitou Hipólito sem o consentimento dos deuses e foi fulminado por Júpiter. Apolo, furioso, matou com suas flechas que eram disseminadoras das pestes, os ciclopes, responsáveis pela morte de seu filho. Por essa vingança foi banido do Olimpo, condenado a viver na Terra deusa da caça)um deus da mitologia grega filho de Zeus e Leto,. Numa época mais tardia foi identificado com Hélios, deus do sol, pois era, antes, o deus da luz, e sua irmã foi identificada com Selene, deusa da lua. Mais tarde ainda, foi conhecido primordialmente como uma divindade solar. Na mitologia etrusca, foi conhecido como Aplu. Ao seu nome acrescenta-se, por vezes, epítetos relacionados com os

locais onde era venerado, como o título de "Abeu" (de "Abas"), como era conhecido em Chipre.

Mas o seu culto estendia-se muito para além do culto solar. Apolo é também o deus da cura e das doenças, pai de Asclépio, ou Esculápio, venerado junto com este em grandes templos-hospitais, onde se curavam várias doenças, sobretudo através do sono. É ainda o deus da profecia. Inúmeros oráculos eram-lhe atribuídos, sendo o mais famoso o Oráculo de Delfos, o mais importante de toda a antiguidade que era visitado por inúmeros visitantes, alguns dos quais nem eram gregos. Como deus da música Apolo era representado tocando a sua lira, e é o líder das Musas.

Zeus, seu pai, presenteou-o com arco e flechas de ouro, além de uma lira do mesmo material (sua irmã Ártemis ganhou os mesmos presentes, porém de prata). Todos eram obra de Hefesto, o Deus do fogo e das forjas. - Algumas versões dizem que Apolo ganhou a lira como um presente de Hermes.

Outra faceta deste deus é a sua parte mais violenta, quando ele usa o arco, para disparar dardos letais que matam os homens com doenças ou mortes súbitas. Ainda assumindo este lado mais negro, Apolo é o deus das pragas de ratos e dos lobos, que atormentavam muitas vezes os gregos.

Finalmente, Apolo é o deus dos jovens rapazes, ajudando na transição para a idade adulta. Assim, ele é sempre representado como um jovem, frequentemente nu, para simbolizar a pureza e a perfeição, já que ele é também o deus destes dois atributos.

A árvore mais sagrada para Apolo é o loureiro. Crê-se que alguns sacerdotes mastigavam loureiro para dizerem as profecias, outros usavam ramos de

loureiro para salpicar o templo na purificação, ou para purificar a água com o fogo. As coroas de louro eram muitas vezes oferecidas a alguém que tinha conseguido algo extraordinário, superando-se a si mesmo, na procura da arete, o ideal grego simbolizado por este jovem deus.

Apolo participa em diversos mitos, incluindo a famosa Guerra de Tróia, onde está do lado dos troianos, dizimando os aqueus com praga quando estes ofendem o seu sacerdote troiano, e acabando por matar Aquiles. A maioria dos mitos que dizem respeito a Apolo fala dos seus inúmeros amores, sendo os mais famosos Dafne, uma ninfa que foi transformada em loureiro (daí a sacralidade da árvore para Apolo), Jacinto, que se transformou na flor com o mesmo nome, e Ciparisso, o qual se transformou em Cipreste. Nestes mitos amorosos, Apolo nunca teve sorte, e existe um mito que conta que isto se deve ao fato de ele se gabar de ser o melhor arqueiro entre os deuses, o que faz com que Eros, deus do amor, sinta inveja.

Apolo, o Sol, o mais belo dos poderes celestes, o vencedor das trevas e das forças maléficas, tem sido representado pela arte sob vários aspectos. Nos tempos primitivos, um pilar cônico, colocado nas grandes estradas, bastava para lembrar o poder tutelar do deus. Quando nele se pendem as armas, é o deus vingador que premia e castiga; quando nele se pendura uma cítara, torna-se o deus cujos harmoniosos acordes devolvem a calma à alma agitada.

O Apolo de Amicleu, reproduzido em medalhas, pode dar uma idéia do que eram, na época arcaica, as primeiras imagens do deus, sensivelmente afastadas do tipo que a arte adotou mais tarde. Em bronzes de data menos antiga, mas ainda anteriores à grande época. Apolo está representado com formas mais

vigorosas do que elegantes, e os anéis achatados da sua cabeleira o aproximam um pouco das figuras de Mercúrio.

O espaço do deus Apolo é o Olimpo. É esse espaço da ordem do divino que as dimensões topológicas, cromáticas e matéricas constroem no panfleto.

E é desse espaço que desce o Apolo do nosso século que, sendo tão sedutor quanto o deus romano, encena o percurso narrativo da busca do objeto do desejo, como sugere o enunciado verbal: “A caça começa aqui”.

O lexema caça atribui ao Apolo uma outra figurativização: a de Diana, a caçadora. Diana⁹ é, de certa forma, a versão feminina de Apolo, seu irmão gêmeo.

Diana, ou Ártemis, usava o arco tão bem quanto Apolo e era capaz de provocar, com suas flechas, a morte súbita nas mulheres. Eternamente virgem, seu único prazer era a caça; vivia sozinha nos bosques com as ninfas e os animais selvagens. Nas representações arcaicas e clássicas, Ártemis era uma moça bela e severa, em trajes de caça, armada de arco e flecha e muitas vezes acompanhada de animais (uma corça, habitualmente). Na arte grega é representada como a resplandecente rainha das noites.

Com o enunciado “A caça começa aqui” que aparece na parte inferior da publicidade, o enunciador transporta figuras da mitologia, Apolo, Olimpo, Diana, para século XXI: o aqui do enunciado é o *Freak club* ou mesmo o espaço virtual www.manhunt.net.

⁹ Interpretando Pugliesi, M. em *Mitologia Greco-Romana: Arquétipos dos Deuses e Heróis* (2005, p. 63-5).

Análise verso

Freak Club **DJ. P.R.O.J.E.C.T. SÁBADO**

RESIDENT DJ'S

PAULO CIOTTI (pista principal)
RODRIGO LIMA (pista principal)
PAULINHO FERNANDES (lounge bar)
JULIO CESAR (lounge bar)

EXTRAS

Snooker
GoGo's
Pocket shows

PRESS

Cesar Semensato
Fefo Brumati

DOOR

Katia Miranda & Thiago Oliveira

proibida entrada de menores de 18 anos

COM FLYER R\$ 17,00 (ENTRADA)
SEM FLYER R\$ 25,00 (ENTRADA)

Valel Park no Local
www.freakclub.com.br

Info Line: 3079-4055 (12h as 18h)
End: Rua Igualetmi, 236 - Itaim Bibi

O verso do panfleto, também colorido, é dividido em 4 partes no sentido vertical. A primeira acima ocupa 10 por cento do panfleto, a segunda 30 por cento, a terceira 40 por cento e a ultima 20 por cento.

Na primeira, o fundo é preto. Do lado esquerdo, ocupando trinta e cinco por cento do panfleto está o nome do clube em cor branca “Freak” e abaixo o “club” em lilás. Ao lado direito, nos sessenta e cinco por cento, em caixa alta e letras brancas “DJ. P.R.O.J.E.C.T.” e abaixo “SÁBADO”.

Freak em inglês tem vários significados, dentre eles: excentricidade, capricho, fantasia, extravagância, anomalia, aberração, monstruosidade, homossexual masculino, admirador, entusiasta, esquisito, estrambótico, excêntrico, esdrúxulo, grotesco, singular.

A segunda parte, tem como fundo a foto de um ambiente da casa. É um espaço amplo com iluminação de boate nos tons lilás vermelho e azul. A foto tem iluminação escura, portanto fica difícil visualizar ou descrever o ambiente. Temos a impressão de ser um espaço amplo com decoração futurista e muitas luzes. Sobre esta parte do panfleto está escrito em letras brancas:

“RESIDENT DJ’S” (sobre um retângulo azul)

PAULO CIOTTI (pista principal)

RODRIGO LIMA (pista principal)

PAULINHO FERNANDES (lounge bar)

JULIO CESAR (lounge bar)

D.J. (ver nota de rodapé 7)

Podemos perceber que há 2 DJs para cada espaço, ou também pode ser que tenham 2 *lounges*.

A terceira parte tem o fundo azul e os seguintes dizeres, todos escritos em letras brancas:

EXTRAS (sobre um retângulo azul mais vivo que o azul do fundo)

Snooker

GoGo's

Pocket shows

PRESS (sobre um retângulo azul mais vivo que o azul do fundo)

Cesar Semensato

Fefo Brumati

DOOR (sobre um retângulo azul mais vivo que o azul do fundo)

Katia Miranda & Thiago Oliveira veste: FOCH

Extras são um algo a mais que a casa oferece.

*Pocket show*¹⁰ – shows de curta duração, pouco ou nenhum cenário geralmente de caráter cômico e poucos atores.

Press é imprensa, jornalismo

Door é porta, entrada, saída, acesso. Foi usada a palavra *door* para nomear quem fica na porta recebendo os clientes.

A quarta parte é toda em fundo preto e o que está escrito vem em letras brancas.

Proibida entrada de menores de 18 anos

COM FLYER R\$ 17,00 (ENTRADA)

SEM FLYER R\$ 25,00 (ENTRADA)

Valet Park no Local

www.freakclub.com.br

Apoio:

HOTÉIS OTHON, STARBRIDGE, arrasa, party, o carioca biz e G

Info Line: 3079-4055 (12h as 18h)

End: Rua Iguatemi, 236 – Itaim Bibi

¹⁰ Shows de curta duração, pouco ou nenhum cenário geralmente de caráter cômico e poucos atores.

fly.er é o panfleto.

Valet em inglês significa valete, criado, pajem. Em hotéis, o empregado que limpa e passa roupa, camareiro. • vt+vi trabalhar como criado, pajem.

Park em inglês significa local para estacionamento de veículos, estacionar veículos.

O verso do panfleto constrói o espaço aqui do enunciado “A caça começa aqui” presente na parte da frente.

5.5 Análise do panfleto *Freedom Club* - Coliseu

MADE IN ITALY
DIAS: 13/05 E 27/05

Telão - Mezanino
Área VIP - Dark Room
Pocket Shows - GoGo Boys
Laser Show - American Bar

13/05
Boys: Os Boys mais sensuais da noite.
Shows: Julinha Fashion, Vitoria Principal, Milena Ninfeta, Grada
Apresentadora: Gretta Sttar
Hostess: Milena Ninfeta
Dir. Geral: Andréia Santos
DJ Residente: Andhy S.

27/05
Shows: Julinha Fashion, Vitoria Principal, Milena Ninfeta, Layla Ken

À Partir das 23:00 hs.
VIP até às 00:30 hs.
Após: R\$ 5,00 (com flyer)
R\$ 8,00 (sem flyer)

LARGO DO AROUCHE, 06
TEL: 3362-9207
Site: www.freedomclub.com.br
Fotolog: www.fotolog.net/freedom-club

1
2
3
4

Acabamento
MasterCard
VISA
VISA
REDE
SHOP

No panfleto, existe uma figura onde se vê parte de uma edificação que pode ser em forma elíptica ou circular. Aparentemente esta edificação é composta por quatro andares, com pés direitos altos e arquitetura que nos remete a construções antigas, porque sua fachada exhibe: colunas que sustentam a edificação com detalhes dóricos, jônicos e coríntios; aberturas em forma de arcos entre as

colunas que é uma característica da arquitetura da época do império romano; arremates superiores com desenhos esculpidos.

O jogo de luz compõe a dimensão matéria da edificação, simulando uma construção em pedra. Os detalhes da fachada mostram-nos aberturas em formas de arcos uma ao lado da outra como se fossem portas.

Cromaticamente, percebemos que o tipo de iluminação externa da edificação é geralmente usado para destacar monumentos, estátuas e construções históricas. Pela descrição dos traços da dimensão plástica, eidética, matéria e cromática, podemos concluir que estamos à frente de um monumento histórico. Essa iluminação é composta pela cor amarela, dando um efeito dourado e pomposo. Aparentemente a iluminação interna se dá nos dois primeiros andares. Nos dois últimos não há iluminação interna.

No primeiro pavimento, vemos metade do pé direito dos arcos. Da direita para a esquerda, temos seis aberturas em arcos. No interior deste andar, a iluminação é amarela com efeito dourado. As paredes internas são em tonalidade cinza que confirmam o uso de material pétreo na construção. Proporcionalmente a altura da edificação, este primeiro pavimento representa vinte e cinco por cento da altura total representada no panfleto. As colunas de sustentação deste primeiro pavimento são adornadas com detalhes dóricos.

O segundo pavimento contém nove aberturas em forma de arcos. A iluminação, tanto externa quanto interna, é intensa mostrando as paredes internas que podemos deduzir como sendo um corredor de acesso. Ainda nas paredes internas verificamos que a construção das paredes foi efetuada com blocos retangulares, simulando material pétreo. As colunas de sustentação deste segundo

pavimento são adornadas com detalhes jônicos. Proporcionalmente, este segundo pavimento representa trinta por cento da altura total da edificação representada no panfleto.

O terceiro pavimento contém dez aberturas em forma de arcos. As colunas de sustentação deste pavimento são adornadas com detalhes coríntios. Não há iluminação interna nos dois primeiros arcos da direita para a esquerda. Este terceiro pavimento representa trinta por cento da altura total da edificação representada no panfleto.

O quarto pavimento difere dos demais. Não há aberturas em forma de arcos e sim janelas retangulares, num total de cinco. Acima das janelas e ao longo da edificação existem elementos de fachada em forma de consolo que podem servir de suporte para colocação de proteção contra as intempéries climáticas que possam ocorrer. Não há iluminação interna, mas a iluminação externa é glamorosa. As colunas de sustentação deste pavimento não são adornadas. No topo da edificação existe um arremate com relevos de características da arquitetura da época do império romano. Este quarto pavimento representa vinte e cinco por cento da altura total da edificação representada no panfleto.

O tipo de refletor que é usado para a iluminação da edificação chama-se “par” (funciona em pares e tem como característica o foco direcionado na raiz e difuso em sua trajetória).

A luz sugere incandescência de uma labareda. Essa figurativização constrói a isotopia de um lugar quente, alegre, eufórico.

A dimensão plástica do panfleto constrói a dimensão figurativa da edificação que nos remete ao Coliseu, monumento romano do ano 70 da era cristã.

Abaixo, a foto atual do Coliseu, referenda nossa análise, mas é interessante notar que nela há uma parte destruída, que o inclui no tempo passado.

No Coliseu do panfleto, o enunciatório recorta a parte destruída, incluindo-o no tempo presente e resgatando sua grandiosidade e opulência.



Segundo pesquisas feitas nos livros ¹¹ que se referem a história do império romano relatamos abaixo o que representava o Coliseu, os valores e forma de vida associados a ele e que o panfleto, pela nossa análise, busca resgatar.

Coliseu, Colosseo em italiano, é um nome que alude a suas proporções grandiosas. O Coliseu ergueu-se no lugar antes ocupado pela Domus Aurea,

¹¹ POESIA, Arnaldo: Leituras Sobre o Império Romano, Edição do Autor, Niterói, Rio de Janeiro, 1985.
ROBERTSON, D. S. Arquitetura Grega e Romana Editora: Martins Fontes 1997.
JANSON, H. W e JANSON, Antony F. Iniciação à História da Arte. São Paulo, Martins Fontes (s/d).

residência do imperador Nero. Sua construção foi iniciada por Vespasianus por volta do ano 70 da era cristã. Titus inaugurou-o em 80 e a obra foi concluída poucos anos depois, na época de Domitianus. Pela grandiosidade desse monumento imaginamos como era o poderio e o esplendor de Roma na época dos Flávios, família a que pertenciam esses imperadores. O Coliseu, inicialmente foi construído com três andares e tinha uma capacidade para comportar mais de cinquenta mil espectadores. Dois séculos depois essa capacidade foi ampliada para quase noventa mil, quando os imperadores Severus Alexander e Gordianus III acrescentaram um quarto pavimento. O Coliseu foi construído em mármore, pedra travertina, ladrilho e tufo (pedra calcária com grandes poros). Sua planta é elíptica e os eixos medem aproximadamente 190 por 155m. A fachada se compõe de arcadas decoradas com colunas dóricas, jônicas e coríntias, conforme o pavimento. Os assentos são de mármore e a *cavea*, escadaria ou arquibancada, dividia-se em três partes, correspondentes às diferentes classes sociais: o *podium*, para as classes altas; as *maeniana*, setor destinado à classe média; e os *portici* ou pórticos, para a plebe e as mulheres. A tribuna imperial ou pulvinar ficava no *podium* e era ladeada pelos assentos reservados aos senadores e magistrados. Por cima dos muros ainda se podem ver as mísulas (o mesmo que consolo como foi dito acima) que sustentavam o *velarium*, grande cobertura de lona destinada a proteger os espectadores do sol.

As jaulas dos animais ficavam nos subterrâneos bem como todas as celas e galerias necessárias aos serviços do anfiteatro. O edifício permaneceu como sede principal dos espetáculos romanos até o tempo do imperador Honorius, no século V. Danificado por um terremoto, foi restaurado na época de Valentinianus III. Em

meados do século XIII, a família Frangipani transformou-o em fortaleza. Nos séculos XV e XVI foi diversas vezes saqueado e perdeu grande parte dos materiais nobres com que tinha sido construído.

Acredita-se que o Coliseu tenha sido cenário dos primeiros martírios de cristãos e, por isso, no século XVII, o papa Bento XIV consagrou-o à Paixão de Cristo e declarou-o lugar sagrado. Os trabalhos de consolidação e restauração parcial do monumento em ruínas foram feitos sobretudo pelos pontífices Gregório XVI e Pio IX, no século XIX.

A arena do Coliseu foi cenário de espetáculos cruéis, como lutas de gladiadores ou de feras. Os gladiadores eram heróis adorados, apesar de não serem aceitos socialmente. Alguns eram homens livres ou aristocratas que tinham perdido sua fortuna e escolheram viver vidas curtas, porém gloriosas. A maioria, no entanto, era formada por prisioneiros de guerra e criminosos condenados. Dezenas de milhares eram enviados à morte em combates corpo a corpo, lutando contra animais selvagens ou em simuladas batalhas navais sobre naves verdadeiras na arena inundada. Eles fechavam a saída de água e a arena inundada pela chuva permitia que batalhas navais fossem simuladas e o espaço da arena é tão grande que pareciam batalhas reais. Quando eles queriam que a água fosse eliminada ela era drenada, voltando aos espetáculos em solo seco. A emoção era grande e a violência era derramada sobre os espectadores.

Ser proprietário de gladiadores e alugá-los era uma atividade comercial perfeitamente legítima na época. Essa espécie de exibição popularizou-se rapidamente entre os romanos.

Gladiador era um lutador treinado na Roma antiga. Eles se enfrentavam para entreter o público, e o duelo só terminava quando um deles morria, ficava desarmado ou ferido sem poder combater. Nesse momento do combate é que era determinado por quem presidia os jogos, se o derrotado morria ou não, frequentemente influenciado pela reação dos espectadores do duelo.

O desfile dos gladiadores abria o programa e seguia-se um combate simulado com espadas de madeira. O combate real começava após um toque de clarim e os que manifestavam medo eram conduzidos ao centro da arena sob a ameaça de chicotes e ferros em brasa. Quando um gladiador ferido ficava à mercê do adversário, erguia o indicador para implorar a clemência do público, ou a quem cabia, a decisão sobre sua vida ou morte. Embora tenham decaído com o advento do cristianismo, os espetáculos de gladiadores sobreviveram por mais de um século à proibição de Constantinus I, no ano 325 d.C.

Os gladiadores iam às batalhas armados de punhais, espadas, redes e uma força. As batalhas que encaravam na arena do Coliseu no segundo século da era cristã, representavam a chance de salvar a pele. Aos gladiadores era permitido fugir da pena capital massacrando os oponentes. Se tivessem êxito, poderiam ganhar, além da fama, dinheiro para recuperar a liberdade. Quando alguém morria na arena, um oficial vestido como Charon — um demônio do outro mundo — aparecia para fiscalizar o corpo. Ao som das trombetas, o corpo era arrastado para fora da arena e a luta dada por encerrada.

Os gladiadores sobreviveram até por volta de 400 da era cristã. Tiveram seus dias de glória durante o império, quando vários centros de treinamento nos arredores de Roma chegaram a receber mil homens. Naquela época, eram divididos

em oito categorias definidas em função das armas: redes, punhais, tridentes, espadas, escudos e capacetes. As regras das batalhas eram rígidas e, mesmo com armamentos diferentes, na arena deveria haver um certo equilíbrio para que o resultado fosse incerto.

Como os atletas de hoje, os lutadores da Roma Antiga também se preparavam com afincos antes dos combates. Um dos cuidados era obedecer a uma rígida dieta. Alimentavam-se basicamente de cereais e farináceos, que ajudavam a manter os músculos em forma. Como prêmio, no dia anterior às batalhas, eles tinham direito ao que os romanos chamavam de *cena libera* (jantar livre). No cardápio havia carne à vontade, frutas e vinho. Além da dieta rigorosa, os gladiadores ainda praticavam exercícios para apurar a forma física e aprendiam a combater e morrer com bravura e dignidade. Esperava-se do bom lutador coragem absoluta. Mas fazia parte da disputa ser vulnerável e deixar o peito descoberto, protegido apenas por um pequeno escudo de madeira ou couro.

No dia das lutas, os gladiadores eram conduzidos de carro com toda a pompa até o Coliseu. Davam uma volta pela arena em ordem militar, vestidos com mantos tingidos de púrpura e bordados com ouro. Atrás vinham os escudeiros carregando suas armas. Quando chegavam à altura da tribuna, dirigiam-se ao imperador e, com a mão direita esticada, o saudavam com entusiasmo. Era o sinal de que o show estava para começar.

Os vencedores eram premiados com uma rama de palma e coroa de laurel, além de ganharem fama e fortuna. A maioria dos competidores era composta inicialmente por escravos, os melhores ganhavam dinheiro para comprar a liberdade.

Estudos relatam que nem sempre o objetivo era a morte de um dos gladiadores, e sim o entretenimento da platéia. Faziam parte da política do pão e circo (*panis et circencis*).

Com o crescimento urbano vieram também os problemas sociais para Roma. A escravidão gerou muito desemprego na zona rural, pois muitos camponeses perderam seus empregos. Esta massa de desempregados migrou para as cidades romanas em busca de empregos e melhores condições de vida. Receoso de que pudesse acontecer alguma revolta de desempregados, o imperador criou a política do Pão e Circo. Esta consistia em oferecer aos romanos alimentação e diversão. Quase todos os dias ocorriam lutas de gladiadores nos estádios sendo que o mais famoso era o Coliseu. Desta forma, a população carente acabava esquecendo os problemas da vida, diminuindo as chances de revolta.

O texto verbal do panfleto está disposto da seguinte forma topologicamente:

- o enunciado que se localiza na parte superior direita é *MADE IN ITALY*, sob o enunciado, respeitando os alinhamentos verticais, está escrito: “Dias: 13/05 E 27/05”. As cores das letras do enunciado são: a palavra *MADE* forma um degrade em tons de verde, indo do mais escuro ao mais claro (da letra M até a letra E). A palavra *IN* é branca e acinzentada. A palavra *ITALY* começa com a cor rosa (na letra I e vai escurecendo até terminar em vermelho (letra Y). O *IN* é uma transição entre o verde e o vermelho. Os dias estão impressos na cor preta.

As cores da bandeira italiana são verde, branca e vermelha.

Ao lado do enunciado, do lado superior esquerdo, está o logotipo da casa que é uma asa ao lado esquerdo e a letra F do direito. Trata-se de um triângulo

invertido em que a base que está na parte superior forma a parte de cima da asa e a outra metade a parte superior da letra F. O logo está inserido em uma linha que o circunda tendo a forma oval como característica. As cores do logo seguem o mesmo padrão das cores do enunciado, sendo que a parte central do logo está em branco e cinza esverdeado indo para a direita terminando a letra F em vermelho e indo para a direita terminando a ponta da asa em verde. O mesmo critério é usado para a linha oval que envolve o logo.

O triângulo invertido é um símbolo forte para os homossexuais. O triângulo rosa é o símbolo da comunidade gay mais reconhecido mundialmente. Ele é anterior à Segunda Guerra Mundial. Diz a história que em 1935, uma cláusula das leis alemãs proibia relações homossexuais, e que Hitler incluiu nessa cláusula beijos, abraços e fantasias gays assim como atos homossexuais. Há uma estimativa que aproximadamente 25.000 pessoas foram mandadas para prisão entre 1937 e 1939 e depois para campos de concentração. A sentença na época era a esterilização, geralmente através da castração. Em 1942, Hitler ampliou a punição para morte.

Os prisioneiros nos campos de concentração tinham um triângulo colorido invertido para indicar a razão de sua prisão, sendo o vermelho para prisioneiros políticos, verde para criminosos comuns, dois amarelos para judeus, preto para crimes anti-sociais e rosa para os homossexuais.

As piores tarefas eram dadas aos prisioneiros com triângulos rosa. A estimativa de homens gays assassinados durante o regime nazista alcança mais de 100.000 pessoas.

Depois do final da guerra, os prisioneiros homossexuais permaneceram presos porque a lei contra eles só foi revogada 1969.

Nos anos 70 os gays reapresentaram o triângulo rosa como símbolo do movimento de direitos gays. Para eles o símbolo serve como um lembrete da opressão e preconceito constantes sofridos pelos gays. O triângulo rosa é um símbolo da frase "Nunca esqueça, nunca de novo".

Diz que o triângulo foi invertido para simbolizar "uma luta ativa é melhor do que um destino de resignação passiva".

Asas, segundo Chevalier (2002, p.90 e 91) são símbolo do alçar vôo, de liberação tanto de alma quanto de espírito. Em toda tradição, as asas jamais são recebidas, mas, conquistadas. Possuir asas é abandonar o mundo terreno para ter acesso ao celeste. As asas indicam uma liberação e uma vitória.

A letra F é a inicial do nome da casa que é *freedom*, que em inglês significa liberdade. A composição do logotipo da casa é representada pelo desenho que significa liberdade que é a asa e da letra que corresponde a palavra que significa liberdade, eideticamente em formato do triângulo invertido que simboliza a luta ativa dos homossexuais.

Do lado direito, abaixo das datas e em letra com fonte menor temos o seguinte texto:

“Telão – Mezanino

Área VIP – Dark Room

Pocket Shows – GoGo Boys

Laser Show – American Bar”

Abaixo há uma coluna com os números de 1 até 4 de cima para baixo, coluna esta que já citamos anteriormente que se trata do controle de propaganda e divulgação da casa:

1
2
3
4

Abaixo da logomarca, começando do lado esquerdo e indo até quase a extremidade direita, antes do que está escrito “Telão....” há um pano transparente sobreposto à figura da edificação, em cor branca que eu descreveria como sendo a figurativização de um véu, com o formato de um retângulo ao vento. Este véu ocupa aproximadamente dois terços do panfleto e ele está centralizado.

Véu, segundo Chevalier, em seu *Dicionário de Símbolos* (2002-950,951), é o que separa duas coisas. Se ele é usado significa o conhecimento oculto e se ele é retirado é o conhecimento revelado. “...o véu deve então ser considerado mais um intérprete do que um obstáculo; ocultando apenas pela metade, convida ao conhecimento.” É um tecido que está entre aquilo que se procura e o que se tem realmente. O véu pode ser considerado um intérprete, convidando ao conhecimento.

Sobre ele, em letras pretas há o enunciado verbal: *Boys: Os Boys mais sensuais da noite*. Do lado esquerdo há a data “13/05” e abaixo está escrito com alinhamento à esquerda:

Shows:

Julinha Fashion

Vitoria Principal

Milena Ninfeta

Grada

Ao lado de “shows”: Apresentadora: Gretta Sttar

Ao lado direito está a outra data, portanto concluímos que são duas festas em dias distintos, “27/05” e abaixo, com alinhamento à direita está escrito:

“Shows:

Julinha Fashion

Vitoria Principal

Milena Ninfeta

Layla Ken”

Ao lado à esquerda: “Hostess: Milena Ninfeta”

Abaixo do lado esquerdo:

“Dir. Geral:

Andréia Santos

DJ Residente: Andhy S.”

Esses tópicos enumeram as comodidades do local, compondo, no imaginário do enunciatário, diferentes cenas enunciativas de que ele pode participar:

- **Telão** – São telas grandes de projeção que ficam colocadas em locais estratégicos passando clips que podem não ter nenhuma ligação com o som que está sendo executado no momento, e na hora show, podem ou não transmiti-lo, dando uma visibilidade maior para quem está assistindo;

- **Mezanino** – andar superior com localização estratégica que propicia uma ampla visibilidade para quem quer ficar observando as pessoas que estão no andar em que ficam dançando, bebendo e aproveitando a noite. Também é usado como um espaço mais afastado para os freqüentadores que querem trocar carícias;
- **Área Vip** – espaço diferenciado destinado a convidados;
- **Dark Room** – (ver nota de rodapé 2);
- **Pocket show** – (ver nota de rodapé 10);
- **Gogo Boys** - (ver nota de rodapé 5);
- **Laser show** – show de luzes que é apresentado geralmente quando está oficialmente dando início a festa. Na maioria das casas precede a entrada do DJ;
- **American Bar** – (ver nota de rodapé 3)

Fora do “véu”, do lado direito, também em cor preta está escrito em negrito: “**À Partir das 23:00 hs.**” E abaixo : “VIP até às 00:30 hs.

Após: R\$ 5,00 (com flyer)

R\$ 8,00 (sem flyer)”

No canto inferior direito, com alinhamento justificado à direita, está escrito com letras grandes, em caixa alta e em vermelho:

“LARGO DO AROUCHE, 06

TEL: 3362-9207”

Abaixo, em letra com tamanho menor e ainda em vermelho:

“Site: www.freedomclub.com.br

Fotolog: www.fotolog.net/freedom_club”

No canto inferior esquerdo está escrito em preto com letras pequenas "Aceitamos" e abaixo estão as figuras dos cartões com seus respectivos logotipos: "Master Card" (um círculo vermelho sobreposto a um círculo amarelo, em letras brancas dentro do círculo vermelho está escrito "Master" e do amarelo também em letras brancas "Card", ao lado direito um retângulo azul escuro com as bordas brancas e escrito em letras brancas "VISA Electron", ao lado direito "VISA", ao lado direito "Cheque eletrônico Banco 24 horas" e por último "REDE SHOP".

O panfleto faz a divulgação de uma festa que tem como objetivo criar uma atmosfera romana, italiana, pelas isotopias apresentadas: o nome da festa que é *Made in Italy*, que significa feito na Itália, as cores da bandeira italiana, o Coliseu que é um símbolo da cultura romana. Quando pensamos nos homens italianos pensamos na virilidade e na sexualidade a flor da pele que eles exibem. São homens que habitam nosso imaginário como provocantes, arrebatadores, fortes e poderosos. O império romano nos remete a grandes conquistas, guerras, exércitos numerosos e a voluptuosidade dos grandes festivais, como também todo tipo de manifestação sexual.

A iluminação do Coliseu nos remete que a quentura, sensualidade, ao fogo, podemos até lembrar de Roma ardendo em chamas sob a tirania impetuosa do imperador Nero que cantava enquanto a cidade era consumida pelo fogo.

O enunciador quer fazer crer ao enunciatário que será uma noite quente, repleta de seres maravilhosos, shows de tirar o fôlego, espetáculos grandiosos e diversão sem limite, há uma promessa de uma noite onde você terá liberdade para viver um grande momento que ficará marcado para sempre na sua própria história, você poderá ser o protagonista da grandiosidade excitante que os espetáculos

daquela áurea época representavam para o povo. Venha viver a realidade que você apenas conhece na sua herança cultural.

6. A CONTRUÇÃO DO ESPAÇO NOS PANFLETOS

Considerando-se que, segundo Greimas e Courtés (s.d., p. 464), um programa narrativo se define como uma transformação situada entre dois estados

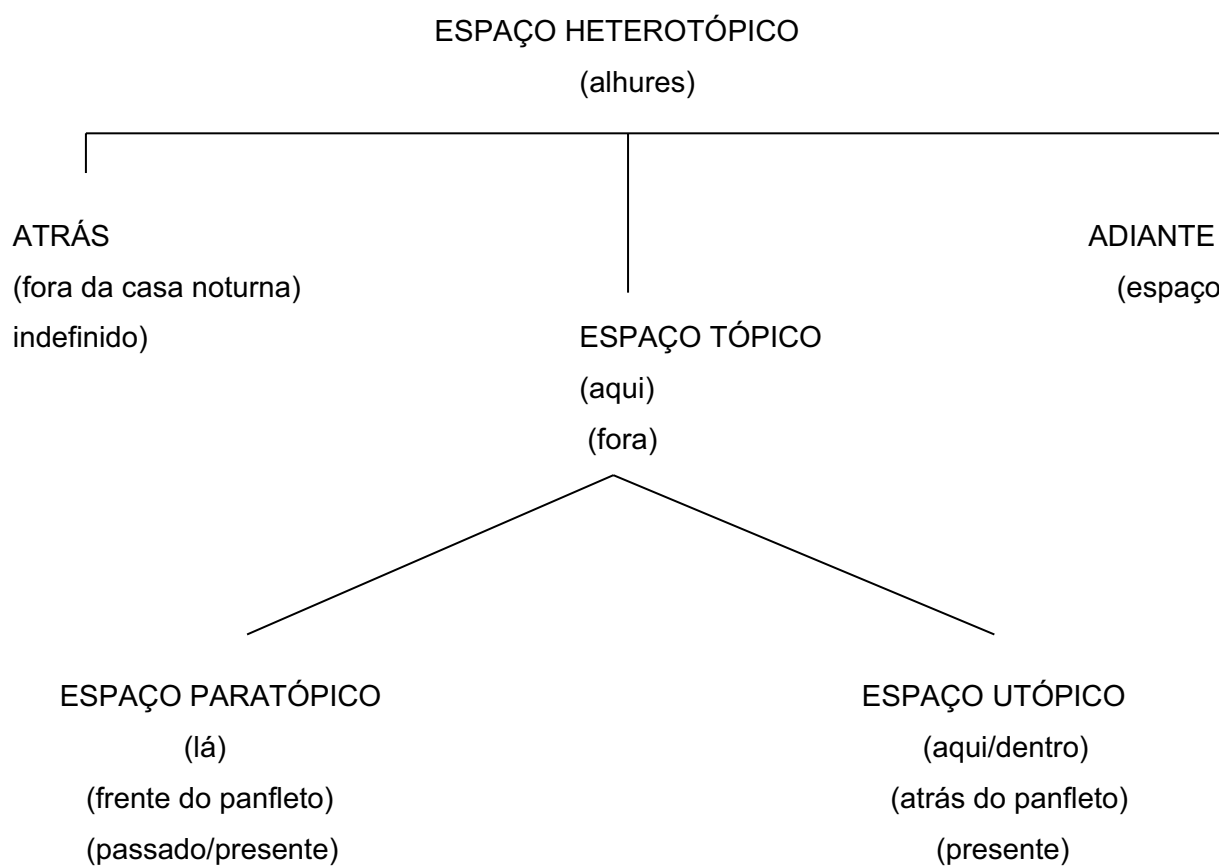
narrativos estáveis, as configurações do espaço no nosso *corpus* adquirem um relevante papel. Os panfletos apresentam-se como um convite para a entrada no mundo divino, eles constroem um outro espaço para o enunciatário.

A semiótica greimasiana (Greimas e Courtés, s.d., p. 464) distingue espaço tópico, o lugar onde se manifesta sintaxicamente a transformação de estado, do espaço heterotópico, lugares que o englobam, precedendo-o ou seguindo-o. Uma subarticulação do espaço tópico diferencia um espaço paratópico (lugar reservado à aquisição das competências) e o espaço utópico (lugar onde se efetuam as performances): ao aqui (espaço tópico) e lá (espaço paratópico) opõe-se o alhures (espaço heterotópico).

Nos panfletos, o espaço heterotópico se configura como o fora da casa noturna, lugar em que o sujeito se encontra disjunto do seu objeto-valor, portanto, disfórico.

É no subcomponente do espaço tópico, o espaço paratópico, que a cena enunciativa construída na frente dos panfletos, com figuras da mitologia greco-romana, que remetem ao tempo passado, apresenta ao enunciatário as provas preparatórias ou qualificantes que lhe possibilitam adquirir as competências para adentrar no mundo mítico. No espaço paratópico, onde se mesclam passado e presente, a beleza, o mistério, a sedução, são qualidades presentificadas pela mitologia greco-romana, mas é no verso do panfleto que tal espaço se concretiza, é somente no espaço utópico que as transformações de estado podem acontecer e o sujeito entrar em conjunção com o objeto-valor.

Utilizamos o esquema de Nascimento¹², para explicitar a configuração do espaço dos panfletos que pode ser assim resumida:



7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

¹² NASCIMENTO, E.M.F.S. & ABRIATA, V.L.R. **O medo d'outro**. No prelo.

O objetivo da pesquisa foi verificar qual o efeito de sentido que a utilização de figuras da cultura greco-romana em cenas enunciativas de panfletos, cujo público-alvo é o homossexual masculino, produz.

Para tanto, fizemos a análise do nível plástico de cada panfleto, considerando as dimensões topológicas, cromáticas, eidéticas, matéricas e verbais. Essa leitura semiótica dos percursos figurativos dos panfletos visou explicitar as figuras mitológicas utilizadas, e a partir delas recuperar os valores e formas de vida do passado e quais as estratégias que o enunciador utilizou para atualizá-los no presente.

A partir das marcas deixadas no texto, os enunciadores são casas noturnas, clubes e boates específicas para um público homossexual masculino. Essa conclusão está explícita nas isotopias expressas nos textos verbais, pois tudo é direcionado para o mundo masculino especificamente, *drags*, *gogo boys*, shows masculinos direcionados ao público homossexual etc. Os enunciatários são os homossexuais masculinos, conclusão essa depreendida das isotopias figurativas verbo-visuais que constroem um público específico.

O mundo clássico é recuperado nesses panfletos por meio de figuras que remetem à cultura greco-romana, como por exemplo, a Medusa com serpentes como cabelo, a imagem do belo corpo que se reflete, lembrando Narciso, o espaço do Olimpo e a roupa de época no ator que se figurativiza em Apolo, monumentos históricos romanos como o Coliseu etc. Essas figuras, retiradas do passado clássico, são reutilizadas nas cenas enunciativas dos panfletos e ressemantizadas pelo enunciador, configurando novos valores que, referendando o imaginário do

enunciatário, fazem com que ele queira entrar em conjunção com o objeto-valor vendido pelas casas noturnas: beleza, sedução, liberdade, paixão.

O enunciator manipula o desejo, tanto físico como emocional, do enunciatário, tentando convencê-lo a consumir o produto oferecido: o espaço das casas noturnas. O desejo é despertado pelas imagens dos atores, que são figuras musculosas, corpos esculturais, por outras figuras que representam a cultura clássica, como monumentos históricos, colunas jônicas, dóricas, coríntias. Com essas estratégias figurativas o enunciator, recuperando o mundo clássico, constrói o objeto valor do enunciatário do século XXI.

O enunciator apresenta ao enunciatário um mundo atraente, sedutor, sensual e o panfleto é o convite para ele fazer parte dele. O enunciator busca estabelecer um contrato fiduciário, com o enunciatário que deve ser sensibilizado e atraído por esse convite. Despertado nele a vontade e o desejo de pertencer ou participar desse mundo que lhe é mostrado, o panfleto lhe indica o percurso para entrar e fazer parte deste universo mítico.

Modalizado pelo querer ser, despertado pela publicidade, ele pode adquirir o poder ser o Apolo, o Narciso, a Medusa, a Diana do século XXI, incorporando todos os seus atributos, beleza, sedução, mistério e suas formas de vida divina.

O espaço paratópico, frente do panfleto, é um convite para que o enunciatário adentre no espaço utópico do verso: as casas noturnas.

As isotopias presentes nestes panfletos retomam e se apropriam do discurso greco-romano, mas ressemantizando-os em novos espaços que constroem novos atores no tempo atual.

Concluimos, pois, que a apropriação do discurso greco-romano, nos panfletos analisados, é uma estratégia para vender ao enunciatório um sonho, um desejo, e como toda publicidade, uma forma de vida mítica.

E se lembrarmos com Eliade (2000, p. 19), que os atos humanos se prendem à qualidade de representação de um ato primordial, de repetição de um exemplo mítico e que esses atos já foram consagrados por deuses ou heróis da antiguidade, tudo o que se faz já foi feito, a vida é uma repetição ininterrupta de gestos de outros. Determinados fatos preservados ao longo de várias culturas auxilia-nos na compreensão da nossa realidade e identidade, afirma Eliade (2001, p. 88) “o homem só se reconhece *verdadeiramente homem* quando imita os deuses, os Heróis civilizadores ou os Antepassados míticos.”

REFERÊNCIAS

- BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos: ensaios sobre a imaginação da matéria**. São Paulo: Martins fontes, 1989.
- BARROS, D. L.P. **Retórica, pragmática e semiótica**. Linha d'água. Humanitas/USP, n.º 8, p.63-71, 1988.
- BARTHES, R. **Mitologias**. Rio de Janeiro: Difel, 2003.
- BERTRAND, D. **Caminhos da semiótica literária**. Bauru:EDUSC, 2003.
- BATISTA, R.S. **Deuses e homens: mito, filosofia e medicina na Grécia antiga**. São Paulo: Landy, 2003.
- BLIKSTEIN, Izidoro. **Intertextualidade e Polifonia**, in Diana Luz Pessoa de Barros e José Luiz Fiorin (orgs.). São Paulo: EDUSP, 2003.
- BOUTADE, J.J. **Sémiotique et communication: du signe au sens**. Paris: L'Harmattan, 1998.
- BOWDER, D. **Quem foi quem na Grécia Antiga – Dicionário Biográfico**. São Paulo: Art Editora Ltda, s/d
- BRUNEL, Pierre. **Dicionário de Mitos Literários**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2000.
- CASSIRER, E. **Linguagem e Mito**. São Paulo: Perspectiva, 2003.
- CASSIRER, E. **Ensaio sobre o homem**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- CHABROL, C. **Semiótica narrativa e textual**. São Paulo: Cultrix, 1977.
- CHAUÍ, M. **O discurso competente e outras falas**. São Paulo, Ed. Moderna, 1981.
- CHEVALIER, J., GHEERBRANT, A. **Dicionário de Símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.
- COSTA, Jurandir. **A inocência e o vício: estudos sobre o homoerotismo**. Rio de Janeiro: Relume-Dumara, 1992.
- COURTÈS, J. **Introdução à semiótica narrativa e discursiva**. Coimbra: Almedina, 1978.
- COURTÈS, J. **Sémantique de l'énonciation: applications pratiques**. Paris: Hachette, 1989.

DUBOIS, J., GIACOMO, M., GUESPIN, L., MARCELLESI, C., MARCELLESI, J.B., MEVEL, J.P. **Dicionário de Lingüística**. São Paulo: Cultrix, 1973.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1995.

DURAND, G. **As estruturas antropológicas do imaginário**: introdução à arqueologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

DURAND, G. **O imaginário**. Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.

ELIADE, M. **O Mito do eterno retorno**. Lisboa: Edições 70, 2000.

ELIADE, M. **O Sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

EVERAERT-DESMEDT, N. **Semiótica da narrativa**. Almedina: Coimbra, 1984.

FIORIN, J.L. **Elementos de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2000.

FLOCH, J.M. **Sémiotique, marketing et communication**: sous les signes, les stratégies. Paris: PUF, 1995.

FONTANILLE, J., ZILBERBERG, C. **Tensão e significação**. São Paulo: Humanitas/FFLCH/USP (2001).

GREIMAS, A.J. , COURTÉS, J. (s.d.) **Dicionário de semiótica**. São Paulo: Cultrix.

GREIMAS, A.J. **Des dieux et des hommes**. Paris: PUF, 1985.

GREIMAS, A.J. **Ensaio de semiótica poética**. São Paulo: Cultrix, 1975.

GREIMAS, A. J. **Semântica estrutural**..São Paulo: Cultrix, 1967.

GREIMAS. A.J. **Sobre o sentido: ensaios semióticos**. Petrópolis: Vozes, 1975.

HOPCKE, Robert. **Jung, jungianos e a homossexualidade**. São Paulo: Siciliana, 1993.

HOUAISS, A. e VILLAR, M.S. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

JANSON, H. W e JANSON, Antony F. **Iniciação á História da Arte**. São Paulo, Martins Fontes (s/d)

LANDOWSKI, E. **A sociedade refletida**: ensaios de sociossemiótica. São Paulo: EDUC, Pontes, 1992.

LANDOWSKI, E. **Presenças do outro**. São Paulo: Perspectivas, 2002.

LOPES, E. **Articulações contextuais do discurso**. Significação, São Paulo, n. 5, p.15-33, 1985.

LOPES, E. **Discurso, texto e significação**. Uma teoria do interpretante. São Paulo: Cultrix/ Secretaria da Cultura, 1978.

LOPES, E. **Metáfora**: da retórica à Semiótica. São Paulo: Atual, 1986.

OVÍDIO: **Metamorfoses** - Mitologia Grega, vol II - São Paulo: Abril, 1976.

NASCIMENTO, E.M.F.S. **A construção da imagem social do profissional executivo**. Revista do Centro Universitário Barão de Mauá. Ribeirão Preto: PUBLIMAUÁ, n. 1, 2001, p.11-18.

NASCIMENTO. E.M.F.S. **Mecanismos de referencialização e produção discursiva**. Revista da ANPOLL, São Paulo: Humanitas/USP. N.9, p.227-237, jul.dez.2000.

NASCIMENTO, E.M.F.S. & ABRIATA, V.L.R. **O medo d'outro**. No prelo

NASCIMENTO, E.M.F.S. & LEONEL, M.C. **O amor tudo vence**: invariantes e variantes na narrativa. Itinerários. Araraquara: UNESP. Número especial, p.116-132, 2003.

POESIA, Arnaldo: **Leituras Sobre o Império Romano**, Edição do Autor, Niterói, Rio de Janeiro, 1985.

PUGLIESI, M. **Mitologia Greco-Romana**. Arquétipos dos deuses e heróis. São Paulo: Madras, 2005

ROBERTSON, D. S. **Arquitetura Grega E Romana**: MARTINS FONTES 1997.

SAHTOURIS, E. **Gaia**: do Caos ao Cosmos. São Paulo, Interação, 1991.

SAHTOURIS, E. **A Dança Da Terra**. São Paulo, Rosa dos Tempos, 1998.

SARTRE, J.P. **O imaginário**. São Paulo: Ática, 1996.

SILVA, I. A. **Figurativização e Metamorfose** – O Mito de Narciso. São Paulo: UNESP, 1995.

SILVA, I.A. (org.) **Corpo e sentido**. São Paulo: EDUNESP, 1996.

WHITLAM, John. Collins Prático – **Dicionário Inglês-Português, Português-Inglês, Siciliano**, 1991.

Sites:

http://geocities.yahoo.com.br/mitologica_2000/mdapolo.htm, dezembro de 2005

<http://greek.hp.vilabol.uol.com.br/>, novembro de 2005

http://heasarc.gsfc.nasa.gov/nasap/docs/solar2_p/earhi_p.html, agosto de 2006

<http://www.artpage.com.br/marise/medusa1.html>, junho de 2006

<http://www.casaecia.arq.br>, novembro de 2005

<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/eb000002.pdf>, maio de 2006

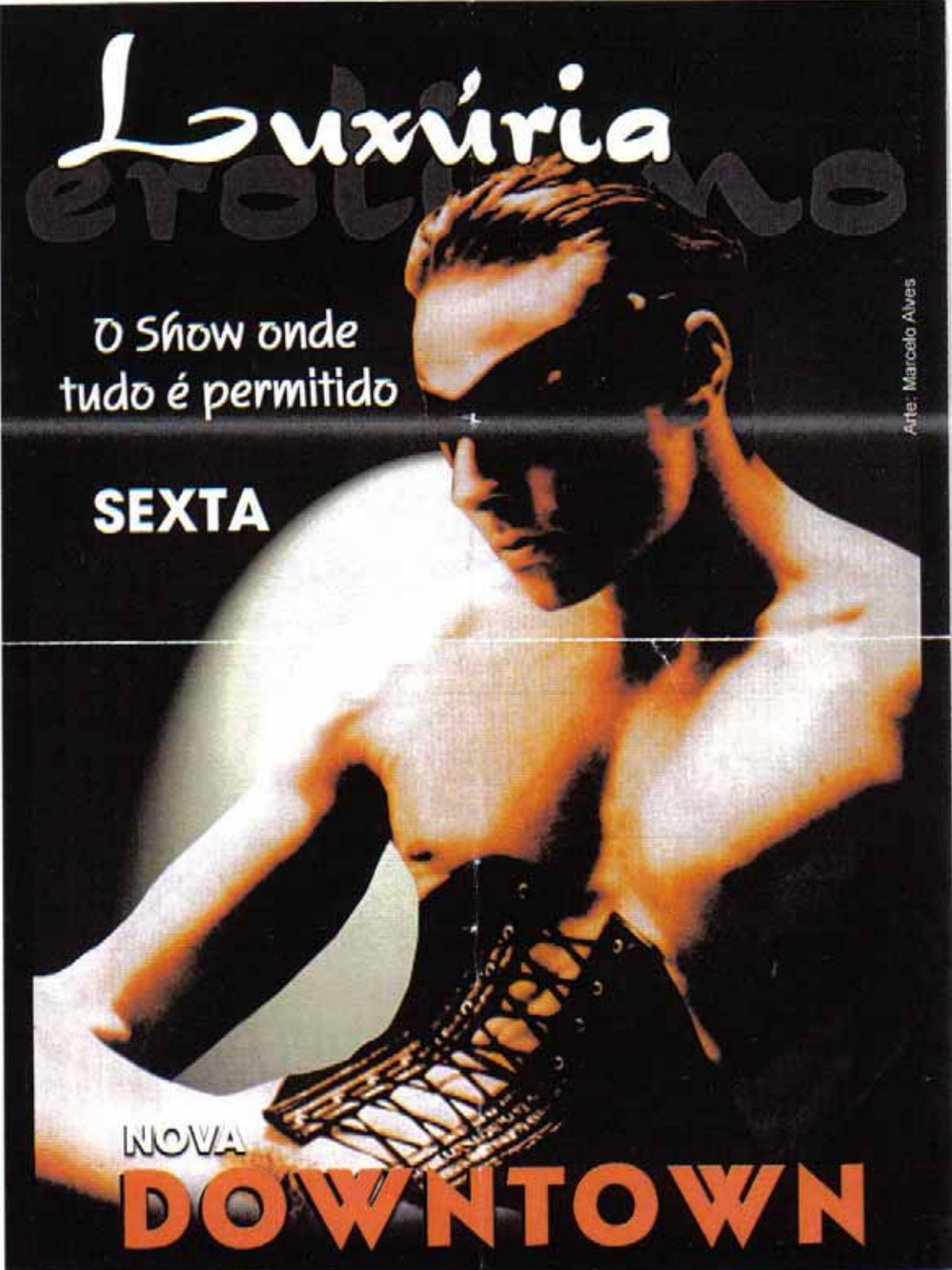
<http://www.mauxhomepage.com/recantodamaux/mitologia/narciso.htm>, dezembro de 2005

<http://www.misteriosantigos.com/Pictures/coliseu1.jpg>, maio de 2006

<http://www.pegue.com/artes/capiteljonico>, novembro de 2005

ANEXOS

Luxúria



O Show onde
tudo é permitido

SEXTA

Arte: Marcelo Alves

NOVA

DOWNTOWN

SEXTA

Djs res.
André yakko
Paulo rick

Top Drags
Gogo boys
Performers

apresentação de DJ's eletrônica

Entrada proibida para menores de 18 anos

Luxúria

Um show de sedução e fetiche com drags e boys ousados liberando-se no palco. O Show conta com a presença de Marcelo Santos que arrasou no "Perverse Erotic Show" e agora promete mostrar tudo!!!

Dos mesmos realizadores de "Perverse Erotic Show" e "Do céu para o Inferno". Apresentam agora "Luxúria" e "Black Is Beautiful" numa super produção.

Idealização:
Marcelo Alves
Nili Bhenner



Apoio:
www.bookmanbrasilonline.com.br

Vip das 23:00h às 23:30h c/ flyer - Das 23:30h à 1:00h R\$ 5,00 c/ flyer

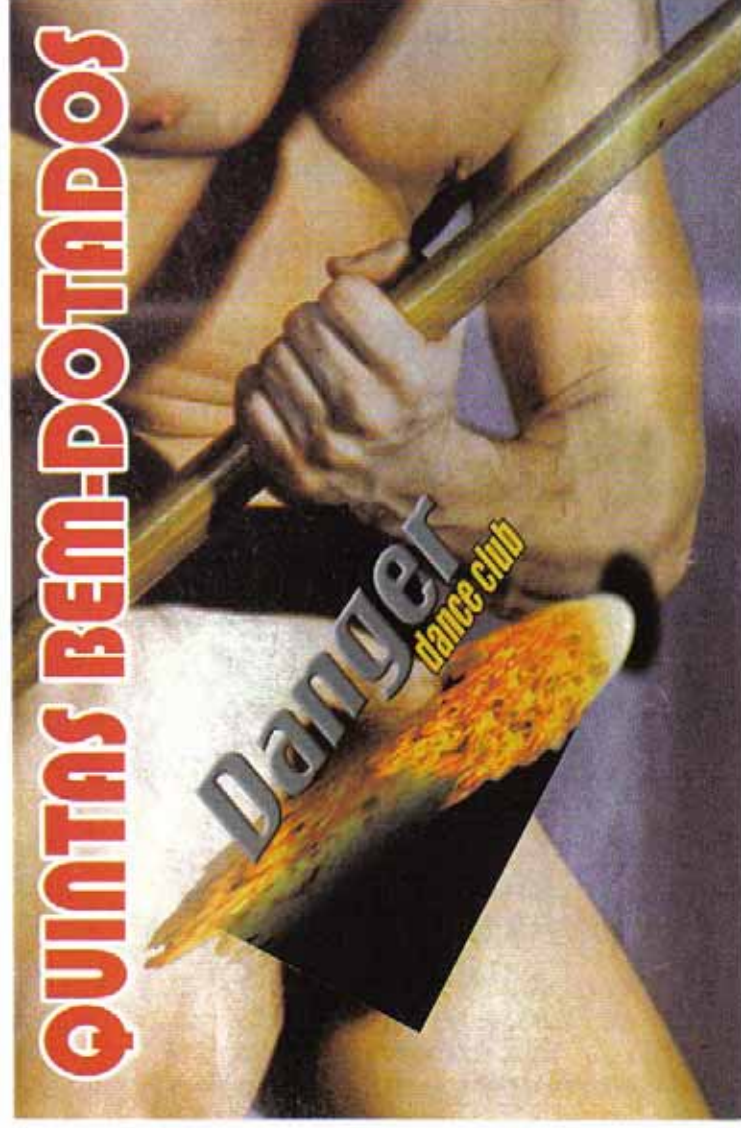
Após R\$ 7,00 c/ flyer (grátis 1 cerveja) - s/ flyer 10,00 (grátis 1 cerveja)

Transex - R\$ 15,00 (grátis 1 cerveja)

Vip a partir de 18 anos

DOWNTOWN

Largo do Arouche, 301
Centro - SP
Info: 3333-3062
ESTACIONAMENTO AO LADO R\$ 5,00



APRESENTAÇÃO
TALIA BOMBINHA

by ELO - 3081-9452

HOSTESS RESIDENTE
LYSA BOMBOM

DIREÇÃO ARTÍSTICA
ROBERTO MAFRA

DJ RESIDENTE
ROBERTINHO CACHORRA

Entrada VIP até 0h
Após R\$ 5,00 (+1 Drink Grátis)
S/este R\$ 8,00

1
2
3
4

Rua Rego Freitas, 470 - Centro/SP - InfoDanger: 3211-0371
Estacionamento com manobrista

Entrada Proibida p/ menores de 18 anos. Obrigatório apresentação do RG



Noite Egípcia

Dias: 06.05 e 20.05

Dir. Geral:

Andréia Santos

DJ Residente: Andhy S.

06/05

Shows:

Michelly Summer
Marcinha
Milena Ninfeta
Agda Monteiro

20/05

Shows:

Danny Cowlt
Joyce Meirelles
Milena Ninfeta
Agda Monteiro

Apresentadora: Gretta Sitar

Hosttess: Milena Ninfeta

Boys: Os Boys mais sensuais da noite.

À Partir das 23:00 hs.

VIP até às 00:30 hs.

Após: R\$ 5,00 (com flyer)

R\$ 8,00 (sem flyer)

LARGO DO AROUCHE, 06
TEL: 3362-9207

Site: www.freedomclub.com.br

Fotolog: www.fotolog.net/freedom club

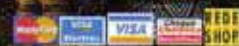
Telão - Mezanino - Área VIP

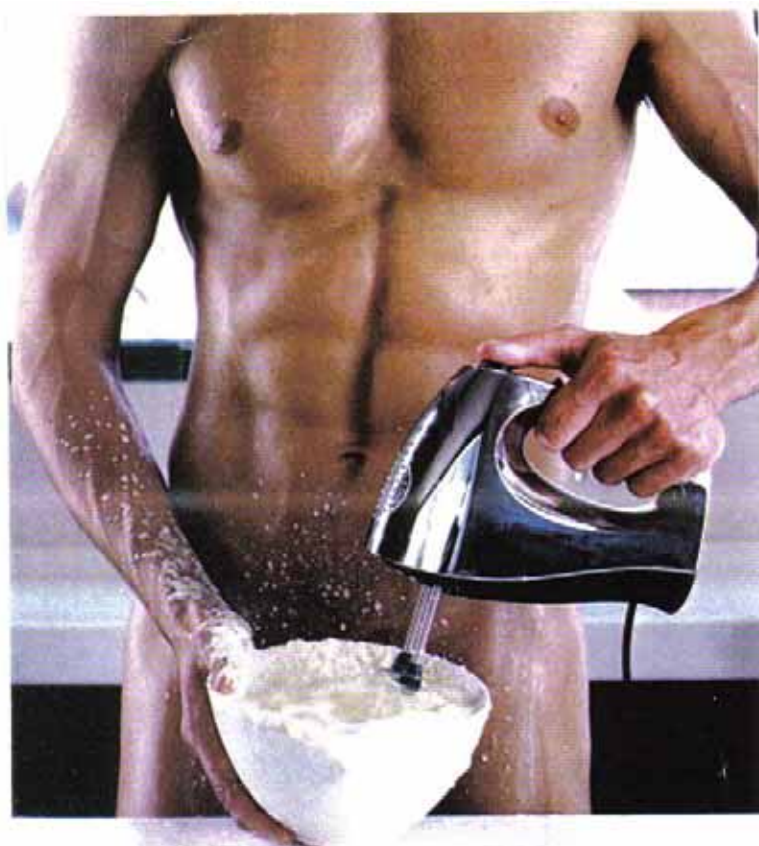
Dark Room - Pocket Shows

GoGo Boys - Laser Show - American Bar

1
2
3
4

www.t-design.com.br





SEXTA MIX

— EM MARÇO —

EM MARÇO

**Misture Drag's, Boys, Caricatas e
Transformistas e tenha uma...**

SEXTA MIX

apresentação

Silvetty Montilla - 12/03

Thália Bombinha - 19/03

Simplismente Nenê - 26/03

Dj Residente: Robertinho Cachorra

Dir. Artística: Daniel Wesley

1
2
3
4

TELÃO GO GO BOYS DARK ROOM

c.flyer: R\$ 5,00 entrada OU R\$ 8,00 consumação



Rua da Consolação, 2554
Info: 3259-2945
nostro.mundo@bol.com.br

N
A

S
A
U
N
A

14/08
23H30

S
A
B
A
D
O

LEVEL  CLUB

VENHA FAZER UM "VAPOR" NA LEVEL CLUB !

::line up

PAULO CIOTTI
RENATO CECIN
FLÁVIO BRÜCKEN
TATO JR

::hostess indoor

MARCELONA

::hostess

KÁTIA MIRANDA

::promoters

ROVI - CELSO
RICARDO - DANIEL

com flyer: R\$ 17 (entrada)
sem flyer: R\$ 22 (entrada)

* ATENÇÃO, cuidado com o seu traje. A recepção da casa se reserva no direito de escolha em relação a trajes sumários.

Apoio

São Paulo
FESTIVAL

juventude

HOTEIS
OTHON

STAYBRIDGE
SUITES

Av. Marquês de S. Vicente, 319 - B. Funda - Info: 3392-4151/3392-4144
www.levelclub.com.br - sksorgiakali@uol.com.br

Não jogue este impresso em vias públicas Use camiseta Use Manobristas: Vila Madalena - R\$ 8,00 em frente ao club

BLACKOUT
convida
a todos os bacantes para

Noites de Baco
DIA 21/08/04 SÁBADO

PROGRAMAÇÃO MENSAL

Super promoção de Inverno

c/ flyer de Segunda a Quinta R\$ 10 s/ flyer R\$15

c/ flyer de Sexta e Sabado 15 s/ flyer R\$20

festas temáticas R\$ 25, c/ dress code desconto R\$5

*nos dias de festas temáticas o banho é liberado,
nos demais dias o banho é cobrado R\$5.

BLACKOUT CLUB

design by ricardo castro 9254 7727

**1º SEX CLUB DO BRASIL : 4 SLINGS + MASMORRA +
DUNGEON VIDEO BAR + 2 CAMAS COLETIVA +
QUARTO COLETIVO + CADEIRA ERÓTICA +
DUCHA PARA BANHO + MESA DE SNOOKER +++**

www.blackoutclub.com.br

Toda segunda-feira noite do UNDERWEAR

**Todo domingo BLACKOUT SEX MIX
C/ FLYER R\$5 s/flyer R\$10, valendo tudo!!!**

direção e supervisão: Carlos

**R. Amaral Gurgel 253 - 11 3333 2840 - 3334 0196
estacionamento ao lado na R. Marques de Itú 336**

conheçam também nosso **cruising bar
no Largo do Arouche 205**



FRAGATA

NATAL

Tropical

**QUINTA
18 DEZ**

**Espetacular
Show de
Confraternização
com os Melhores
Strippers do
Brasil**



arte Peninha

Ponche • Frutas • Salgados

TERÇA NOSTRA
Videokê
Macarronada Grátis
Preço Promocional

QUINTA PIPOKÊ
Videokê, Pipoca
e muitas
Brincadeiras

SÁBADOS
O Melhor da
MPB

DOMINGOS **BINGODODOTOR**

Bingo, show e os melhores strippers do Brasil

SHOW RITMO DE VERÃO

Novo Concurso

GAROTO VERÃO 2004

arte Peninha

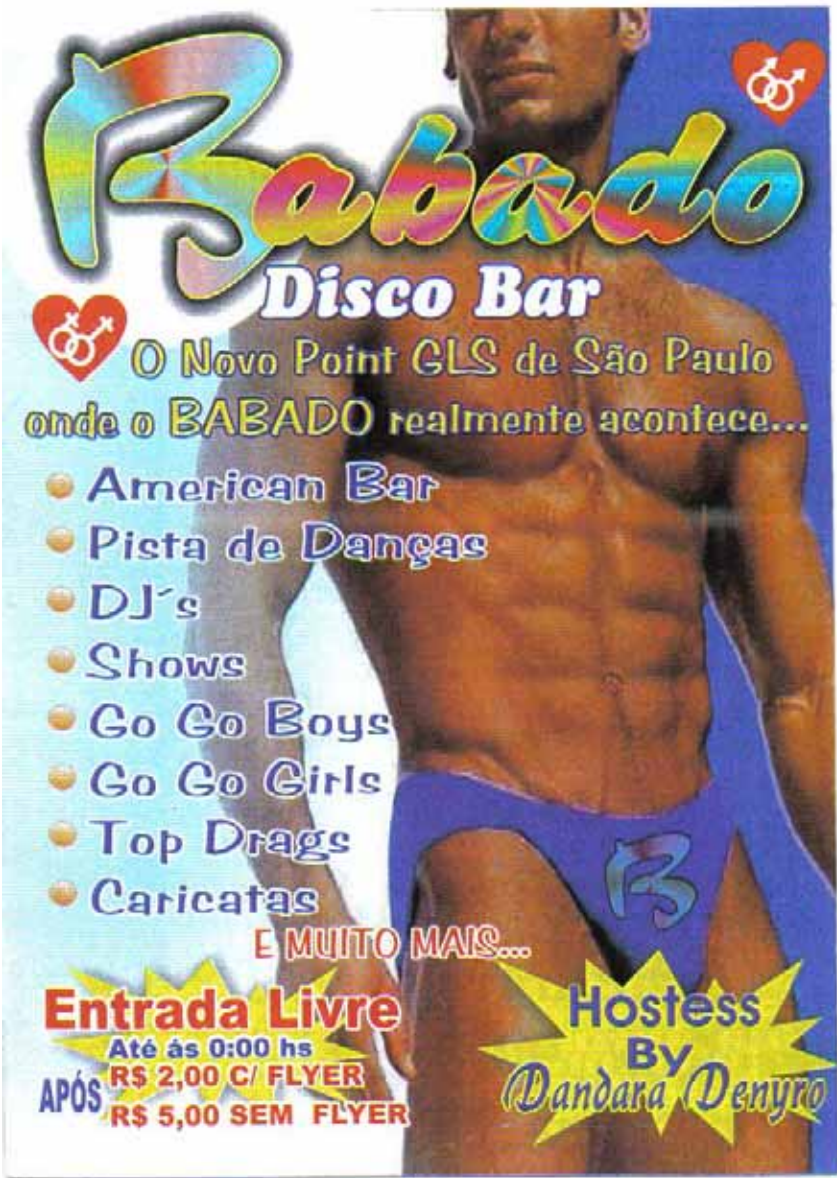
Termas Fragata, deseja a todos
seus amigos e clientes, um Feliz
Natal e um 2004 cheio de Paz,
Saúde e muito mas muito Prazer.

Direção: Armando Torres • Supervisão: Max Nascimento

www.termasfragata.com.br

Rua Francisco Leitão, 71 Pinheiros - São Paulo, SP
3061-3653 e 3085-7061

Gráfica Megami: 6109-4242 • Não jogue este em via pública • Distribuição Interna



Babado

Disco Bar

O Novo Point GLS de São Paulo
onde o BABADO realmente acontece...

- American Bar
- Pista de Danças
- DJ's
- Shows
- Go Go Boys
- Go Go Girls
- Top Drags
- Caricatas

E MUITO MAIS...

Entrada Livre

Até às 0:00 hs

APÓS R\$ 2,00 C/ FLYER
R\$ 5,00 SEM FLYER

Hostess

By

Dandara Denyro

**Aberto de Quinta a Domingo
Com Várias Atrações para Você!**

Quinta Espetacular

*Sempre um Show montado com uma
Super Produção para você. a partir das 22:00 hs.*

Sexta Sex

*Show de Striper's Boys, Striper's Girls,
Sexo ao Vivo e muito mais - a partir das 22:00 hs*

Sabado Show

*Várias atrações com muita paquera, correio elegante
Shows e muita ferveção a partir das 22:00 hs*

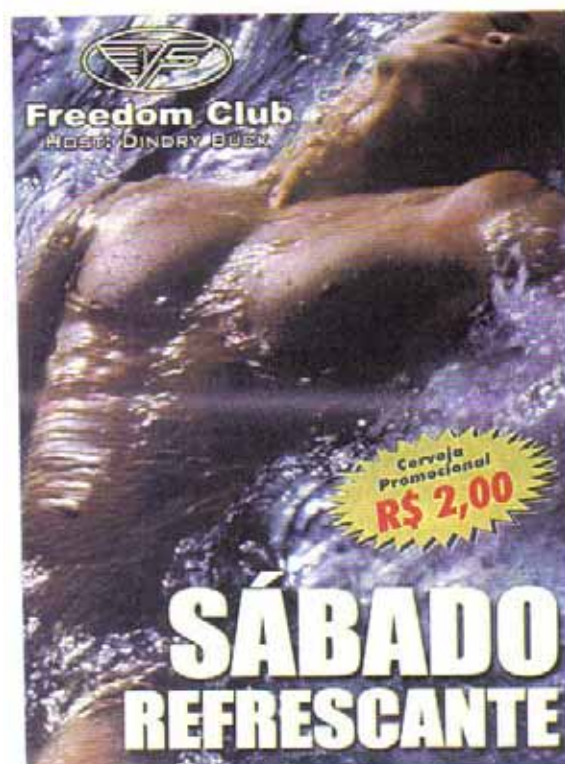
Domingo Babado

*Muita Animação com go go dancers, drags, Shows,
entrega de Torpedos e muito Babado sem Confusão
a noite inteira a partir das 20:00 hs*

DIREÇÃO ARTÍSTICA: MÁRCIO TELLES

ABERTO ATÉ O ULTIMO CLIENTE

**Rua Aurora, 740 - Centro - SP
(estacionamento ao lado)
informações: ☎ 9757.4635**



SÁBADO REFRESCANTE

Calor, suor, tesão...
O verão se aproxima!
Venha se refrescar nas noites
mais sensuais de São Paulo.

— SHOW —

DINDRY BUCK apresenta
as maiores estrelas do
universo gay em
performances alucinantes.

VIP das 23:00h às 23:30h
Após R\$ 5,00 c/ 1 cerveja free até 1:30h
R\$ 10,00 s/ flyer - Mulheres R\$ 5,00

Autônomos: 



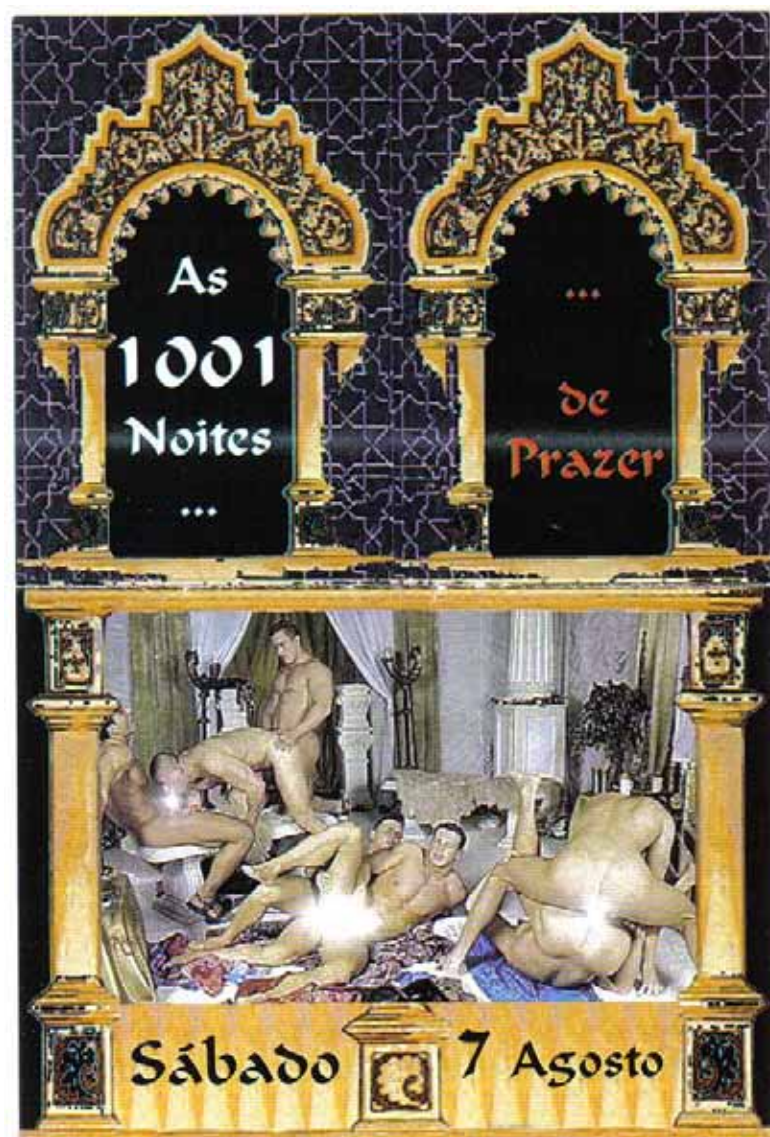
Freedom Club

DJ'S
EDUARDO BOMES (RESIDENT)
ROGÉRIO PELLI (SAB/DOM/SEG)
TATTO JR. (DOM)
ANDY A.S. (RESIDENT)

DOMINGOS:
PSYTRANCE - DRUM'N BASS
TECHHOUSE - TRIBAL
CLUB HOUSE

Largo do Arouche, 06 - Centro - SP - Info: 3362-2325
www.freedomdanceclub.com.br

NÃO JOGAR ESTA COPIA EM NENHUM LUGAR PÚBLICO. DISTRIBUIÇÃO GRATUITA.



apresentação
PAULINHO 80

dj residente
ROBERTINHO
CACHORRA

dir. artística
DANIEL
WESLEY

Você
Não
Pode
Perder
...

Sábado - 7 Agosto

Vários Casais no Maior Show de
Sexo ao Vivo que São Paulo já viu...

As 1001 Noites de Prazer

NOSTRO MONDO

Rua da Consolação, 2554
Info: 3259-2945
nostro.mundo@bol.com.br

c.flyer: R\$ 7,00
s.flyer: R\$ 10,00

A muscular man with a tanned complexion is the central figure. He is wearing a silver Roman helmet with a large, dark plume on his left arm. He is also wearing a silver chain around his waist with a small bell. The background is a dark, textured green.

**14 DE
NOVEMBRO**
(VÉSPERA DE
FERIADO)

Orgias Romanas
Orgias Romanas

MUITO SEXO !!!

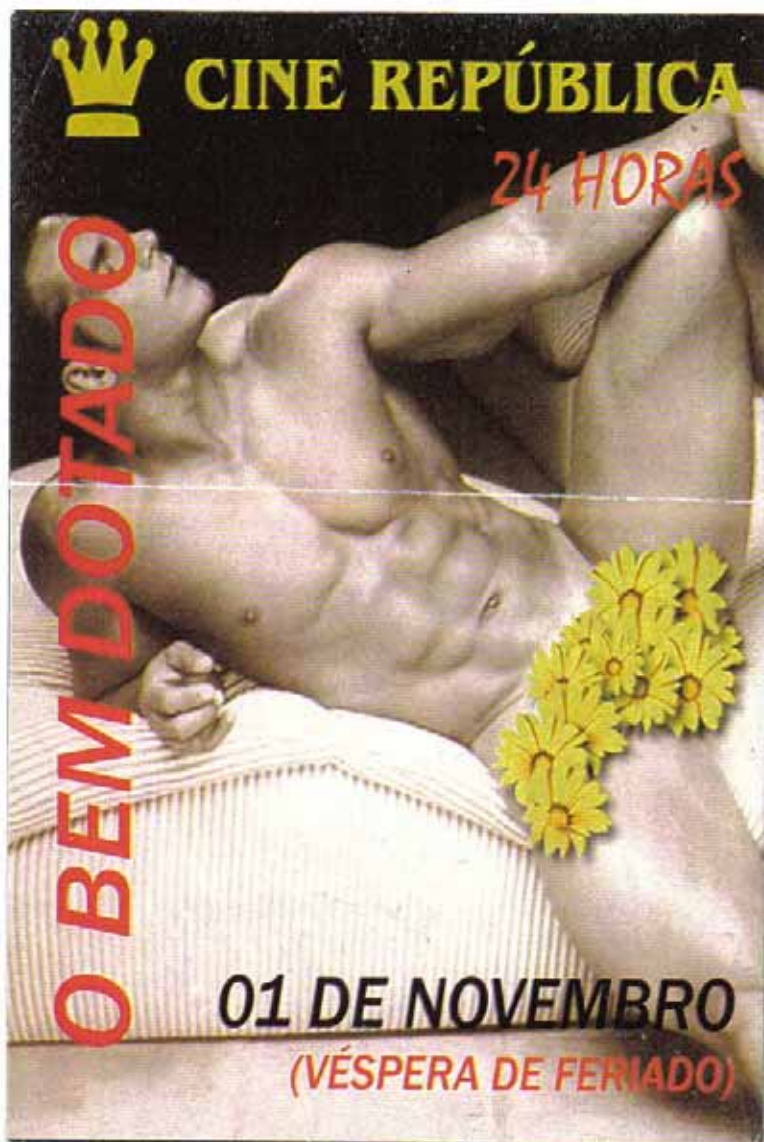
Av. Ipiranga, 752 - Centro/SP
1 (11) 222-7336



CINE REPÚBLICA

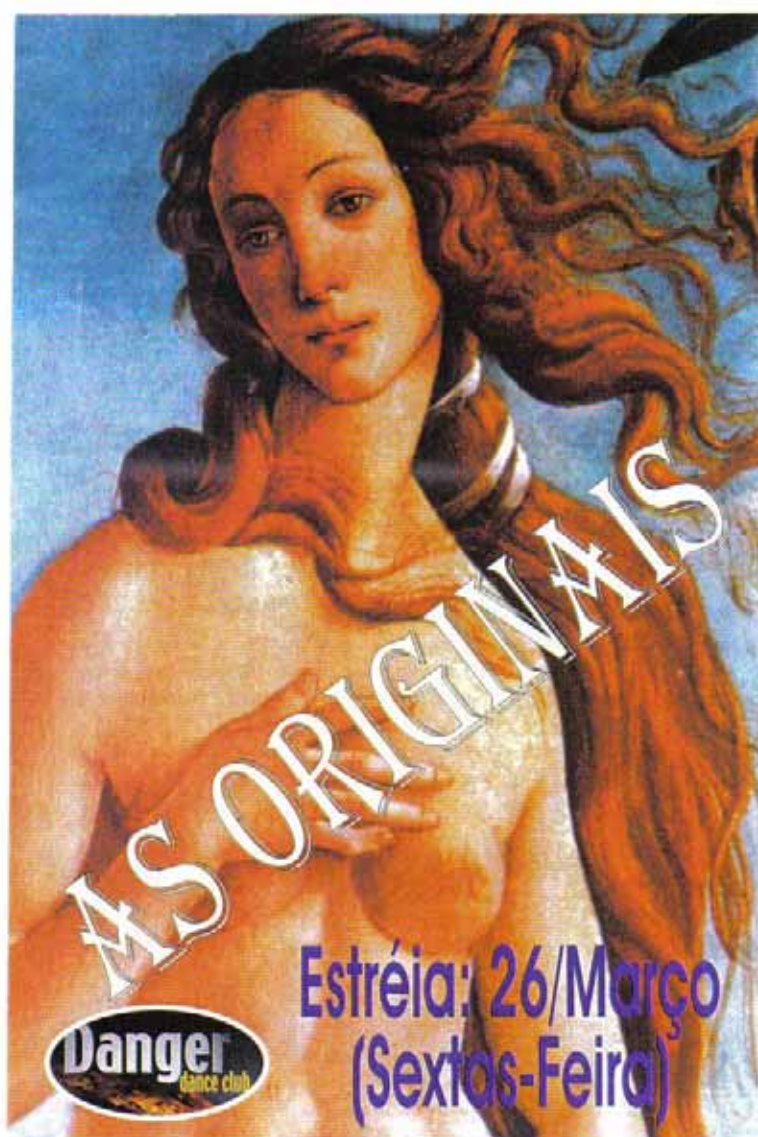
24 HORAS

O BEM DOTADO



01 DE NOVEMBRO

(VÉSPERA DE FERIADO)



Danger
dance club

Estréia: 26/Março
(Sextos-Feira)

Apresentadora: Silvetty Montilla

Elenco:

**Veronika, Dany Colt, Bianca Campbel,
Lysa Bombom e Thália Bombinha.**

**1
2
3
4**

Sextas: 26/Março - 02/09/16 e 23/Abril

Dj Resident: Viad Dj Convidado: Robson Mouse

Hostess: Lysa Bombom e Salete Campary

Direção Artística: Roberto Mafra

Das 22:00h até às 23:00h Entrada VIP

Das 23:00h até 00:00h - R\$ 5,00

Após R\$ 8,00 - Sem este R\$ 10,00

Rua Rego Freitas, 470 - Centro - SP - InfoDanger: 3211-0371

Estacionamento com manobrista

Entrada Proibida p/ menores de 18 anos. Obrigatório apresentação do RG.

CINE
REPÚBLICA 24
HORAS



Uma Noite na

BAHIA

Quinta-Feira
8 Abril



Pela 1ª vez no CINE REPÚBLICA...

Uma Noite na BAHIA

Quinta-Feira * 8 de Abril * Vesp. Feriado

Venha experimentar o "tempero" dos baianos...

Show de
Strip-Tease
Completo

apresentação
Paulinho 80

Cenas de
SEXO
ao Vivo

CINE
REPÚBLICA
★★ ★★

24
HORAS

Av. Ipiranga, 752 - Fone: 222-7336
Ao lado do McDonald's