

**A máscara social como anulação da interioridade:
aproximações entre Machado de Assis e Jorge Ben Jor**

Marcos Fabrício Lopes da Silva¹

RESUMO: Este artigo tem como objetivo realizar uma leitura comparada entre o conto “O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana” (1882), de Machado de Assis, e a letra da música “O homem da gravata florida” (1972), de Jorge Ben Jor, no que tange a uma possível interpretação da crítica que esses artistas fizeram em relação às acentuadas mudanças operadas pela farda de alferes e pela gravata florida, respectivamente, nas identidades de Jacobina, integrante do conto machadiano, e do proprietário da exuberante vestimenta, presente na canção benjoriana.

Palavras-chave: Machado de Assis, Jorge Ben Jor, Farda de alferes, Gravata florida

Introdução

O que há em comum entre a literatura de Machado de Assis e a música de Jorge Ben Jor? Uma leitura cuidadosa do conto “O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana”, publicado em *Papéis avulsos*, de 1882, e da letra da música “O homem da gravata florida”, segunda faixa do álbum *A tábua de esmeralda*, de 1972, nos levará ao entendimento dos motivos pelos quais iremos fazer uma leitura comparada entre as obras destes dois artistas. Machado de Assis e Jorge Ben Jor destacam e criticam, nos textos citados, o paradigma social que eleva os objetos da condição de acessórios à categoria essencial de protagonistas das relações interpessoais, além de pautar, assim, as ações do sujeito sob a tutela do culto desmedido à aparência, em troca de prestígio, fama e glória perante os demais. Buscaremos, neste artigo, mostrar e avaliar as mudanças operadas por dois objetos – a farda de alferes e a gravata florida – que afetaram, respectivamente, de forma acentuada, as identidades de dois sujeitos: Jacobina, integrante do conto machadiano, e o proprietário do

¹ Doutorando e Mestre em Estudos Literários/Literatura Brasileira pela Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Jornalista, formado pelo Centro Universitário de Brasília/DF (UniCEUB).

exuberante artigo de vestuário, presente na canção benjoriana. A partir deste ângulo de análise, vamos à interpretação dos dois enredos.

1. O homem da farda de alferes

O conto machadiano inicia-se pela conversa de cinco homens sobre questões de “alta transcendência”: juntos tentam resolver os mais árduos problemas do universo, até o momento em que começam a discutir sobre a natureza da alma. Entre eles, estava Jacobina que, de início, mantinha-se calado, até que repentinamente intervém na conversa, afirmando, para espanto de todos, sua tese sobre a existência de duas almas nos homens: a exterior e a interior. A alma interior “olha de dentro para fora”, enquanto a alma exterior “olha de fora para dentro” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 346). É possível relacionar os conceitos de “alma exterior” e “alma interior” às noções de aparência e essência, forma e conteúdo, máscara e rosto, vaidade e auto-estima, respectivamente. Machado, no conto “O espelho”, atualiza uma idéia que reincide em várias de suas obras: é o papel social que dá (in)consistência ao *eu*. De fato, quando Jacobina deixa de ser um humilde morador do interior para tornar-se alferes da guarda nacional, passa então a ter um novo *status*. Além do prestígio adquirido pelo cargo, o rapaz assume um lugar privilegiado no seio familiar. Sua mãe e demais parentes, além de vizinhos, passaram a venerá-lo: ele é o centro de todas as atenções, sobretudo ao se deslocar para o sítio de tia Marcolina, no qual ocupará um lugar de maior destaque.

No contato com os que o cercam, aos poucos o cargo começa a se sobrepor ao homem: “E sempre alferes; era alferes para cá, alferes para lá, alferes a toda hora. Eu pedia-lhe que me chamasse Joãozinho, como dantes; e ela [tia Marcolina] abanava a cabeça, bradando que não, que era o ‘senhor alferes’” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 347). Até esse momento notamos que Jacobina ainda está ligado ao seu nome de batismo e o diminutivo de afeto familiar nele presente. Mas tia Marcolina, assim como os outros moradores do sítio, insistiam em chamá-lo de Sr. Alferes. Tamanha é a força do papel social que a mudança de *status* implicará na mudança de nome do personagem. Deste modo, explica-se a declaração de Jacobina, ao confessar que “o alferes eliminou o homem” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 348). Se antes a “alma exterior” era o reflexo da “alma interior”, o que levava o provinciano

Joãozinho a contemplar “o sol, o ar, o campo, os olhos das moças”, este, ao se transformar em “o homem da farda de alferes”, conforme bem sintetizou Elisângela Aparecida Lopes (2008), deixou a auto-estima andar a reboque da vaidade proveniente do exercício da patente. Como assinala Jacobina, importava: “tudo o que me falava do posto, nada do que me falava do homem” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 348). Resulta daí que, em pouco tempo, esse olhar que vem de fora para dentro é incorporado por ele.

Os dias passados no sítio da tia proporcionavam extremo prazer a Jacobina, que experimentava os mais diversos privilégios graças ao posto social alcançado. As regalias atingiram seu ápice com a instalação de um espelho em seu quarto, que representava o lustro da tradição e da distinção de que agora, com um cargo igualmente distinto, Jacobina fazia parte. No enredo, o espelho é destacado como legítimo representante do olhar do outro, que se ausentará, e esta operação servirá de reflexo relativo ao drama identitário vivido pelo personagem. No conto de Machado de Assis, a função do espelho, tão cuidadosamente inserida na trama narrativa, será explicitada no momento em que tia Marcolina precisa viajar em decorrência do estado grave de saúde de uma de suas filhas. Jacobina, então, fica só com os escravos e, estes, arditosamente, alimentavam o ego do sinhôzinho: “Nhô alferes é muito bonito; nhô alferes há de ser coronel; nhô alferes há de casar com moça bonita, filha de general” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 349). Distraído com aqueles mimos, que o deixaram “extático”, Jacobina, embalado pelo sono, não percebe o plano de fuga arquitetado pelos escravos para a liberdade, que logo iria se concretizar. Longe deles, Jacobina não sabia o que fazer, mal conseguia preparar o próprio alimento, retratando assim a extrema dependência do estamento senhorial diante do negro enquanto motor da produção e força de trabalho submissa.

Sem ninguém para vê-lo como alferes, Jacobina cai numa terrível crise, como se uma parte de seu ser estivesse se extinguindo: “era como um defunto andando, um sonâmbulo, um boneco mecânico” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 349). Sentia-se melhor quando dormia. Enquanto sonhava, imaginava-se fardado, no meio da família e dos amigos que o paparicavam, rasgando-lhe elogios intermináveis. Havia até a projeção de que Jacobina atingiria a tão cobiçada promoção de patente.

A ironia machadiana toma conta da cena ao dispor o jovem solitário posando fardado horas e horas diante de um espelho. No início, o contato com aquele objeto decorativo foi traumatizante, pois Jacobina, sem a farda, não passava de uma figura “vaga, esfumaçada, difusa, sombra de sombra” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 350). Após ter se lembrado da vestimenta, ele se volta para o espelho e o resultado passa ser outro: “o vidro reproduziu então a figura integral; nenhuma linha de menos, nenhum contorno diverso; era eu mesmo, o alferes que achava, enfim, a alma exterior. Essa alma ausente com a dona do sítio, dispersa e fugida com os escravos, ei-la recolhida no espelho” (MACHADO DE ASSIS, 1997, p. 352).

Sem a farda, Jacobina era obrigado a voltar as suas origens, o que lembrava a sua antiga forma de identificação – Joãozinho. Tal postura fazia recordá-lo tragicamente da vida pacata e do anonimato, provenientes da condição provinciana. Como Jacobina só se reconhecia como alferes, a necessidade de ficar preso à farda se justificava. A imagem que existia antes se perde, aliena-se em favor da que surge, repleta de satisfações narcísicas. A alma exterior era a consciência – na verdade a personificação da crítica; elogio dos pais e depois da sociedade: Joãozinho apaga-se perante o alferes que todos ajudaram a construir. O fulcro de sua personalidade não se encontrava em sua interioridade, mas na sua farda de alferes, sem a qual sequer sua imagem no espelho era nítida. A fixação de uma imagem construída socialmente, representada pela farda, absorve o homem, deixando para trás a face escura do desejo. Esta, segundo explica Alfredo Bosi com perspicácia, “é o corpo opaco do medo, da vaidade, do ciúme, da inveja; numa palavra, o enigma do desejo que recusa mostrar-se nu ao olhar do outro” (2003, p. 102-103).

De termo acessório, a farda de alferes passa a constituir o elemento definidor da essência de Jacobina, formando a auto-imagem e a autoconsciência do protagonista do conto, não de dentro para fora, mas de fora para dentro, a partir do olhar do outro. Mais vale “ser percebido” do que “perceber” – eis a linha de conduta daqueles que têm “sede de nomeada”, como é o caso do homem da farda de alferes. Como bem apurou ironicamente Machado de Assis, Jacobina, preocupado em demasia com a sua imagem perante os demais, usou e abusou do *marketing pessoal*, esquecendo-se das suas origens e querendo subtraí-las para bem compor a aparência dominante.

2. O homem da gravata florida

Como vimos, no conto machadiano, o alferes eliminou o homem, visto que a identidade do personagem vaidoso está atrelada especialmente ao olhar admirador do outro. Fenômeno semelhante ocorre na canção de Jorge Ben Jor, quando o personagem, após utilizar a gravata florida, deixa o anonimato e experimenta a sensação de ser bem-quisto pelos outros. Sugerimos como possibilidade interpretativa compreender a estrutura descritiva da canção como uma espécie de anúncio publicitário, já que expõe as vantagens de um produto que vai atrair a curiosidade e a atenção do público, emergindo como novidade, como artigo singular. Trata-se de uma gravata florida. Em torno, o narrador-anunciante salienta, de forma sedutora e persuasiva, que o objeto em questão promete fazer do consumidor uma pessoa muito especial. O exuberante artigo de vestuário vai funcionar como uma espécie de ‘passaporte da alegria’, já que o usuário, ao desfilar com ela, arrancará aplausos de seus admiradores.

Logo no início da canção, anuncia-se triunfante a chegada do homem da gravata florida. Em seguida, os detalhes do produto roubam a cena, ficando as características do personagem diluídas. Quando esses valores são mencionados, eles aparecem intimamente interligados à descrição do objeto que o veste. Lembrando que não é mencionado o nome do personagem, tamanho é o seu papel secundário na trama. Ele se comporta como se fosse um garoto-propaganda e neste caso os holofotes estão voltados para a divulgação do produto que ele usa. O narrador-anunciante busca assim chamar a atenção de todos para os detalhes da gravata: “Lá vem o homem da gravata florida / Meu deus do céu...que gravata mais linda / Que gravata sensacional / Que combinação de cores / Que perfeição tropical / Olha que rosa lindo / Azul turquesa se desfolhando / Sob os singelos cravos” (BENJOR, 1972). Através da descrição objetiva e subjetiva da gravata feita por aquele que a observa, percebemos que a intenção publicitária é promover as vantagens do produto, com o intuito de justificar racionalmente e, sobretudo, emocionalmente os motivos que levaram o consumidor a aderir tal mercadoria.

Ao longo da música, há mais atributos do objeto que contribuem decisivamente para a felicidade do usuário: “E as margaridas, margaridas / De amores com jasmim / Isso não é só uma gravata/ Essa gravata é o relatório / De harmonia de coisas belas / É um jardim suspenso

/ Dependurado no pescoço / De um homem simpático e feliz” (BENJOR, 1972). Lembremos aqui de passagens poéticas produzidas por Sebastião Nunes e Marcelino Freire que elucidam bem a relação entre felicidade e narcisismo apontada por Ben Jor. Segundo Nunes, “a melhor garotapropaganda / da publicidade / é a felicidade” (1995, p. 63). Associar a gravata florida àquele sentimento é um trunfo publicitário importante, porque veicula a oportunidade de consumo do mencionado produto a experiências positivas. Já o narcisismo encontra respaldo no fato de que o objetivo da promoção da gravata florida é que ela atue, de forma decisiva, na vaidade do usuário, “massageando-lhe o ego”. Observando este fenômeno, Freire subverte a célebre máxima publicitária – “A propaganda é a alma do negócio” – para “A propaganda é a alma do ego” (2002, s/p). No discurso publicitário, a auto-estima é enquadrada dentro do processo de vaidade, pois esta leva o sujeito a depender de fatores externos para se sentir satisfeito. Não se cogita aqui a possibilidade de o homem apresentar condições próprias para alcançar seus objetivos em conjunturas conflitantes, independentemente de julgamentos alheios e do sucesso prometido pela propaganda.

Para comprovar estes argumentos, nada melhor do que retomar a canção benjoriana para ficarmos bem atentos às explicações dadas pelo narrador-anunciante sobre os motivos que levaram o homem a se tornar simpático e feliz:

Feliz, feliz porque...com aquela gravata/ Qualquer homem feio, qualquer homem feio/Vira príncipe, simpático, simpático, simpático/ Porque...com aquela gravata/ Ele é esperado e bem chegado/ É adorado em qualquer lugar/ Por onde ele passa nascem flores e amores/ Com uma gravata singela/ Com essa, linda de viver / até eu... (BENJOR, 1972).

Nesta passagem, encontra-se uma grande contribuição de Jorge Ben Jor para o estudo crítico da publicidade e do *marketing pessoal*. O músico expõe um universo em que a gravata florida não gravita em torno das projeções sentimentais do homem; é o homem que gira em torno dos atributos conferidos a ela. O artigo supérfluo é oferecido como mercadoria indispensável. Propõe-se fazer parecer diferente o que é igual, revestindo, assim, a gravata florida de uma aura sagrada proporcional a dos totens, que devem ser venerados/endeusados pelo usuário, pois depende deles para ter melhor sorte. As transformações vividas pelo personagem da música, a exemplo do alferes do conto machadiano, são frutos de

interferências externas excessivas que acabam aterrando a interioridade do indivíduo. Assim, os objetos – a farda de alferes e a gravata florida – passaram por um processo de personificação, enquanto os sujeitos – Jacobina e o homem – foram gradativamente sendo “coisificados”.

Na canção de Ben Jor, o produto em questão promete operar verdadeiros milagres, bem ao estilo de uma propaganda que sabe explorar o fetiche que reveste a mercadoria e não destaca com a mesma atenção o seu valor de uso. Como num passe de mágica, dentro de um sistema chamado por Jean Baudrillard de “lógica do Papai Noel” (1973, p. 176)², em que a lenda pesa mais do que a razão, a gravata florida, por si só, é anunciada como o único elemento capaz de transformar o homem feio em príncipe, além de funcionar como elemento de atração de pessoas para bem receber e admirar o seu usuário, sendo assim, a responsável direta pelo fato de o personagem experimentar uma sensação de prosperidade nunca antes vista, inclusive no campo amoroso. A soberba faz-se presente na publicidade que exalta o ego, como o do feliz proprietário da gravata florida, objeto que simboliza a chave capaz de abrir todas as portas do desejo. Deste modo, parafraseando Machado para o contexto da música de Ben Jor, podemos afirmar que *a gravata florida eliminou o homem*.

Considerações finais

Machado de Assis e Jorge Ben Jor, cada qual em seu tempo, apontaram e criticaram, em suas mencionadas obras, um vício ou um hábito social ainda em vigor, que enaltece os objetos enquanto personagens principais da ordem simbólica, reservando aos sujeitos o mero papel de coadjuvantes deste sistema. A farda de alferes e a gravata florida ocupam, nos enredos em questão, a função de máscaras sociais capazes de anular a interioridade dos personagens que as vestem. A ironia de Machado e o tom galhofeiro de Ben Jor foram capazes de construir sujeitos que, em busca de prestígio e notoriedade frente aos demais, deixaram de experimentar autenticamente uma sensação íntima de bem-estar relacionada à auto-estima manifestada pelo exercício do autoconhecimento. Ao deixarem os objetos

intermediarem as relações interpessoais e comandarem as suas políticas identitárias, o alferes acabou eliminando Jacobina, bem como a gravata florida apequenou o seu usuário. Ambos sucumbiram à tirania do sucesso e da visibilidade. Ao dependerem do aval de observadores externos e do movimento macabro das coisas sólidas para se afirmarem, os dois personagens confundiram auto-estima com vaidade e, assim, deixaram de fazer avaliações internas necessárias para percorrer o desafiante caminho da educação da subjetividade.

ABSTRACT: In this article, we aim to present a connective reading between the short story *O espelho: esboço de uma teoria da alma humana* (1882), by Machado de Assis and the lyrics *O homem da gravata florida* (1972), by Jorge Ben Jor, concerning the evaluation of the criticism that these artists have made on the changes driven by the ensign uniform (*farda de alferes*) and by the flowered tie (*gravata florida*), which strongly affected, respectively, the identities of Jacobina, a Machado's short story character, and the owner of an exuberant garment, who is in Ben Jor's song.

Key-words: Machado de Assis, Jorge Ben Jor, ensign uniform, flowered tie.

Referências

BARROS, Marta Cavalcante. "O espelho": entre o si mesmo e um outro. *Psychê*, São Paulo, n.13, p. 61-70, jan./jun. 2004.

BAUDRILLARD, Jean. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Ed. Perspectiva, 1973.

BEN JOR, Jorge. O homem da gravata florida. In: *A tábua de esmeralda*. 1972.

BOSI, Alfredo. A máscara e a fenda. In: _____. *Machado de Assis: o enigma do olhar*. São Paulo: Ática, 2003. p. 73-126.

DUARTE, Eduardo de Assis. Estratégias de caramujo. In: _____. (Org.). *Machado de Assis afro-descendente: escritos de caramujo*. 2.ed. Rio de Janeiro/Belo Horizonte: Pallas/Crisálida, 2007. p. 249-288.

² Baudrillard elabora o princípio da Lógica do Papai Noel para argumentar a relação paradoxal "sem crer neste produto, creio na publicidade que quer me fazer crer nele" (1973, p. 176).

- GIKOVATE, Flávio. Auto-estima não é vaidade. Cláudia. São Paulo, jul. 1996. p. 208.
- LOPES, Elisângela Aparecida. O homem da farda de alferes: aparência e essência em “O espelho”, de Machado de Assis. In: PALESTRA PARA OS ALUNOS DO 1º PERÍODO DO CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO SOCIAL, DO CAMPUS I DA FACULDADE PROMOVE DE SETE LAGOAS – MG. Sete Lagoas, MG, 23 abr. 2008.
- MACHADO DE ASSIS, Joaquim Maria. O espelho: esboço de uma nova teoria da alma humana. *Papéis avulsos* (1882). In: COUTINHO, Afrânio (Org.). Obra completa. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 1997. v.2. p. 345-352.
- MARCELINO FREIRE. A publicidade é a alma do ego. In: _____. Era o dito. 2.ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2002. s/p.
- RIOS JÚNIOR, Sebastião. Ceticismo e ironia no pensamento social de Machado de Assis. 1998. 326f. Tese (Doutorado em Sociologia). Universidade de Brasília, Distrito Federal.
- ROCHA, Everardo. A sociedade de consumo: comunicação, cultura e consumo. 3.ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.
- SEBASTIÃO NUNES. A felicidade bate à sua porta. In: _____. Somos todos assassinos. 3.ed. Sabará, MG: Dubolso/Mazza, 1995, p. 63.