

O personagem “Indiana Collor” e suas aventuras midiáticas

“Indiana Collor”, a character and its media adventures

Leonardo Esteves¹

leonardogesteves@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-8540-2823>

Resumo: Ao vencer as eleições de 1989, Fernando Collor de Mello se deparou com um intervalo de cerca de três meses entre o resultado das urnas e o início de seu governo. Saudado como uma renovação política no jogo eleitoral, sua figura foi amplamente acompanhada pela imprensa no período em questão. É nas páginas do *Jornal do Brasil* que surge à época o apelido “Indiana Collor”, cunhado a partir do personagem cinematográfico Indiana Jones. Este trabalho pretende fazer uma análise histórica do apelido, contextualizando-o nas seguintes frentes de reflexão: a do candidato midiático, incorporando características situadas entre o moderno e o pós-moderno; e a da própria formação do apelido. A hipótese é a de que “Indiana Collor” seria mais do que um apelido, mas um verdadeiro personagem, e que este poderia habilitar relações muito mais complexas do que as elaboradas pela imprensa. As fontes utilizadas são as matérias nos jornais da época, sobretudo o *Jornal do Brasil*, veículo que inventou “Indiana Collor” e o incorporou à cobertura do período anterior à posse de Collor de Mello.

Palavras-chave: cinema brasileiro; Fernando Collor de Mello; “Indiana Collor”.

Abstract: After winning the 1989 elections, Fernando Collor de Mello faced an interval of about three months between the results of the polls and the beginning of his government. Hailed as a political renewal in the electoral game, his figure was widely followed by the press in the period in question. It was in the pages of *Jornal do Brasil* that the nickname “Indiana Collor”, coined after the cinematographic character Indiana Jones, appeared at the time. This work intends to make a historical analysis of the nickname, contextualizing it in the following reflection fronts: that of the media candidate, incorporating characteristics situated between the modern and the post-modern; and that of the formation of the nickname itself. The hypothesis is that “Indiana Collor” will be more than a nickname, but a real character, and that it enabled relationships much more complex than those elaborated by the press. The sources used are stories in newspapers of the time, especially *Jornal do Brasil*, which invented “Indiana Collor” and incorporated it into the coverage of the period before Collor de Mello took office.

Keywords: Brazilian cinema; Fernando Collor de Mello; “Indiana Collor”.

¹ Universidade Federal de Mato Grosso. Faculdade de Comunicação e Artes, Programa de Pós-Graduação em História (PPGHIS) e Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea (PPGECCO). Av. Fernando Correia da Costa, 2367, 78060-900, Cuiabá/MT, Brasil.

Introdução

Fernando Collor de Mello, político oriundo de Alagoas, reconhecido nacionalmente como o “caçador de marajás”², é eleito presidente da República e toma posse em 15 de março de 1990. Trata-se da ascensão do primeiro chefe de Estado por meio do voto popular após mais de 20 anos de regime militar. Seu apelo midiático, amplamente analisado por inúmeras pesquisas ao longo das últimas décadas³, caracterizou uma *performance* imagética em sintonia com a época, mas regionalmente desigual, como se vê nesse comentário: “Collor foi mais um atualizador de técnicas de exploração de imagens praticadas nos países centrais e menos um reprodutor do atraso dos sertões alagoanos” (Conti, 1999, p. 531). Tal operação ganhou força ao ser aplicada sobre a instabilidade política observada no período, o que irá novamente se chocar com seu desempenho frente ao governo de Alagoas: “[...] Collor utilizou-se de sua experiência administrativa muito menos no sentido de construir uma máquina partidária tradicional, enraizada na vida política alagoana, do que no de construir uma imagem pública projetada para o imaginário político de todo o país” (Lattman-Weltman; Carneiro; Ramos, 1994, p. 12).

Tomando o dado visual como referência de construção identitária no traçado político, a prospecção efetuada neste trabalho se limita a um curto espaço de tempo: os meses que antecedem a posse e vão de janeiro a março do primeiro ano de mandato. O objeto é um apelido atribuído ao ex-presidente nas páginas do *Jornal do Brasil* durante o período em questão: “Indiana Collor”. Este é inspirado no personagem americano Indiana Jones, que atravessou a década de 1980 em três filmes dirigidos por Steven Spielberg. O último deles, *Indiana Jones e a última cruzada*, superprodução de grande sucesso de bilheteria, estreia no Brasil em 15 de junho de 1989. É lançado em 75 salas espalhadas por boa parte do território brasileiro, recebendo boa acolhida da crítica.

A proximidade com o lançamento da obra de Spielberg justificaria por si só o apelido em uma demarcação temporal. Mas os argumentos utilizados pela imprensa para fundamentá-lo não serão satisfatórios, pois perdem de vista conexões mais profundas que poderão ser estabelecidas entre o personagem ficcional e o então recém-eleito presidente da República. O “Indiana Collor” que é saudado como uma força em constante deslocamento concentra

em si atributos superficiais. São geralmente colocadas em relevo sua agilidade e imprevisibilidade. Será preciso levar em consideração outros aspectos, como, por exemplo, a relação com o cinema brasileiro. Em uma discussão que assuma a tônica do cinema, é no mínimo curioso que um político apelidado a partir do universo cinematográfico extinga em seguida, e como num estalo de dedos, os órgãos referentes ao setor (Embrafilme, Concine, Fundação do Cinema Brasileiro e até mesmo o Ministério da Cultura, convertido em Secretaria).

A hipótese geral desse trabalho é a de que “Indiana Collor” seria mais do que apenas um apelido, mas um verdadeiro personagem. Como tal, composto por muitas camadas que correspondem a discursos que vão além da mera questão da agilidade. É fundamental contrastá-lo com o que o próprio personagem Indiana Jones poderá simbolizar para fora do escopo físico, do aventureiro que arrisca sua vida ao redor do mundo em busca de artefatos raros ou perdidos. Tal tarefa implica analisar as conexões entre política e cultura, tomando como referência as tensões históricas entre as Américas do Norte e do Sul. Ou, como propõe Kellner (2001, p. 76), “Ler politicamente a cultura também significa ver como as produções culturais da mídia reproduzem as lutas sociais existentes em suas imagens, seus espetáculos e sua narrativa”.

O primeiro filme da franquia Indiana Jones, *Os caçadores da arca perdida* (1981), começa de forma muito simbólica, iniciando juntamente o discurso político que subjaz à dinâmica aventureira. O arqueólogo está na América do Sul, onde adentra um templo com muitos obstáculos e extrai dele uma relíquia dourada, pertencente à cultura local. Na saída, é surpreendido por um grupo de índios que, por sua vez, obedece a outro arqueólogo estrangeiro, europeu, que toma o objeto de suas mãos e o faz voltar para casa sem a peça, fugindo dos indígenas que passam a persegui-lo. Nesse exemplo, Indiana Jones encarna o forasteiro que se apropria das riquezas das nações menos desenvolvidas, interrompendo tradições e interceptando tesouros originais. Já a América do Sul – em especial o Peru, onde estaria localizado o templo em questão – é o continente arcaico, rico em tesouros milenares, mas ocupado por lideranças estrangeiras que dominam a população local e subtraem seus preciosos objetos. Esta descrição dá uma boa margem para pensar o personagem Indiana Jones fora do entretenimento em sentido mais estreito. Será necessário enxergar “Indiana Collor” na

² O título, “caçador de marajás”, é anterior à posse de Collor como presidente e tinha como alvo funcionários públicos que ganhavam altos salários, mas cuja carga de trabalho seria pouca, incompatível com os vencimentos. “[...] uma vez criado o personagem, e seu papel, ou ‘função’, na economia simbólica da vida pública nacional, todo o noticiário relativo à administração Collor em Alagoas passou a se referendar e a reproduzir, de um modo ou de outro, o mito do ‘caçador de marajás’, do inimigo público número um da corrupção, do empreguismo e da inépcia governamental” (Lattman-Weltman, Carneiro, Ramos, 1994, p. 27).

³ Podem-se observar densas análises investigando as relações entre Collor e a imprensa em Lattman-Weltman, Carneiro e Ramos (1994); Conti (1999); Senra (2001); Souza (2008); José (2015), entre outros.

mesma medida, em consonância com sua *persona* política e não apenas por seus arroubos midiáticos.

Para propor uma reflexão em torno deste personagem, o presente trabalho será dividido em três partes. Na primeira delas, serão introduzidas as duas *personas*, Fernando Collor de Mello e Indiana Jones, optando por contextualizar o viés midiático do político e a direção política da figura fictícia do entretenimento. A segunda parte da pesquisa visa fazer uma análise do personagem “Indiana Collor” partindo de uma compilação de registros na imprensa entre janeiro e março de 1990, privilegiando as páginas do *Jornal do Brasil*, publicação que criou o apelido. Ao fim, a investigação se concentra em uma reflexão específica elaborada pelo cineasta Paulo Thiago. Nela, o autor busca aproximar “Indiana Collor” do protagonista de seu último filme, *Jorge, um brasileiro* (1988), expondo a fragilidade do momento e apelando para um posicionamento a favor do cinema brasileiro. Esta prospeção apresenta como conclusão a falta de consistência na formulação do apelido “Indiana Collor” pela mídia, apontando para aspectos mais profundos que poderão ser em parte apreendidos na comparação com outros personagens apresentados ao longo do artigo: Augusto Matraga (proposto pelo cartunista Millôr) e Jorge (sugerido por Paulo Thiago).

O candidato midiático e o herói individualista

O papel desempenhado por Fernando Collor nas eleições de 1989 foi inédito na história da política brasileira, pelo menos naquele dado contexto, que combina o fim da guerra fria com posturas no liame entre o moderno e o pós-moderno. É necessário enxergá-lo primeiramente como um exemplo contundente do que o historiador Christopher Lasch (1983) chamou de “eclipse da realização”, dez anos antes do período que concedeu a vitória a Collor nas urnas⁴.

Hoje em dia, os homens buscam o tipo de aprovação que aplaude não suas ações, mas seus atributos pessoais. Desejam não tanto ser estimados, mas sim admirados. Desejam não a fama, mas o fascínio e a excitação da celebridade. Querem, antes, ser invejados do que respeitados [...] Enquanto a fama depende do desempenho de atos notáveis, aclamados em biografias e obras históricas, a celebridade [...] é aclamada nas notícias dos meios de comunicação de massa, em colunas de mexericos, nos espetáculos, em revistas devotadas

às “personalidades”. Portanto, ela é evanescente como as próprias notícias, que perdem o interesse quando perdem seu caráter de novidade (Lasch, 1983 p. 87).

Em seu estudo, que discorre sobre o narcisismo, o sucesso é validado pela sua publicidade: “O príncipe moderno não mais se preocupa com o fato de que ‘há um trabalho a ser feito’ [...] o que lhe interessa é que ‘audiências importantes’, no dialeto dos Jornais do Pentágono, têm de ser aduladas, cativadas, seduzidas” (1983, p. 88).

Collor pode ser tomado como uma representação latino-americana do final do século XX desse “príncipe moderno” – Lasch, entretanto, está analisando a cultura americana e eventos como a guerra do Vietnam, os desempenhos políticos de Nixon e Kennedy, enfim, tópicos das então últimas décadas da cultura americana. Enquanto figura que demonstra forte identificação com a política dos Estados Unidos, não será um equívoco enxergar o presidente eleito como uma entidade que estivesse replicando no contexto brasileiro, com algum atraso, o “príncipe moderno” de Lasch. Imbuído pelas motivações que sistematizam o “eclipse da realização” – o culto pela celebridade e pelo espetáculo a serviço de um programa neoliberal de matiz norte-americano –, Collor se adequa ao perfil moderno em questão. Seu trajeto, largamente documentado pela imprensa, parece ter sido escrito com a colaboração de jornalistas dispostos a trabalhar uma imagem que se encerraria nela mesma.

Em *Notícias do Planalto – a imprensa e o poder nos anos Collor*, obra que esmiuçou o papel e o posicionamento da mídia durante o governo em questão, é possível pinçar alguns momentos memoráveis. Destaco três passagens que vão da habilidade com a imagem à incoerência discursiva dela mesma, passando pela propensão à comparação com personalidades internacionais e/ou históricas:

No fim da segunda viagem, já em Veja, (Orlando) Brito tinha certeza de que Collor venceria. Impressionava-o a disciplina e a determinação do candidato de perseguir um único objetivo: ser percebido visualmente — nas fotos, nas gravações para a televisão e nos comícios — como o representante da modernidade. Nas poucas conversas que tiveram na campanha, Collor perguntava a Brito sobre filmes, iluminação e lentes. No mais das vezes, entendia-se com o fotógrafo apenas pelo olhar. Collor sabia como se posicionar em relação às câmeras e evitava ficar diante de fundos sujos, que pudessem estragar as fotos (Conti, 1999, p. 144).

⁴ A publicação original de *A cultura do narcisismo*, obra de Lasch relacionada nesse trabalho, data de 1979.

A imagem dele (Collor), tal como transmitida pela imprensa, não formava um todo coerente. O presidente juntava símbolos de juventude (foi fotografado de camiseta, tênis e abrigo), de esportista (corria, jogava futebol e vôlei), de religioso (aparecia contrito ao lado de Frei Damião), de ecologista (visitando a Amazônia), de playboy (pilotando motocicleta e jet-ski), de intelectual (carregando um livro de Norberto Bobbio), de soldado (uniformizado como Rambo) e de rico consumista (usando gravatas Hermès, tomando uísque Logan e fumando charutos cubanos). A espetacularização da Presidência tinha duas cerimônias semanais. Na tarde de sexta-feira, Collor descia a rampa do Palácio do Planalto acompanhado de atletas, comediantes, ministros e atores. Na manhã de domingo, corria nas imediações da Casa da Dinda vestindo camisetas com mensagens antidrogas, ecológicas e pseudofilosóficas, como “O tempo é senhor da razão”. À noite, no Fantástico, e na primeira página dos jornais de segunda-feira, era infalível o registro de suas corridas (1999, p. 258, 259).

E, por fim,

(Otávio) Frias Filho elaborara então uma opinião sobre Fernando Collor: o novo presidente não era um produto da mídia, e sim um político excepcional, beirando a genialidade: rápido, audaz, capaz de ocupar todos os espaços simbólicos. Seu programa, se implementado, poderia atualizar o capitalismo brasileiro. Collor tinha a vocação para realizar no Brasil, com dez anos de atraso, o que Margaret Thatcher e Ronald Reagan haviam feito na Inglaterra e nos Estados Unidos: a modernização conservadora. Numa conversa com o cineasta Roberto Gervitz, o diretor de redação da Folha (de S. Paulo) dissera que no futuro ele seria conhecido como um diretor de cinema da “era Collor”, numa alusão à era Vargas. Acreditava que o novo presidente poderia ter um papel na história do Brasil tão marcante quanto o de Getúlio. Fruto de sua leitura de Guerra e paz, também achava possível comparar, nas devidas proporções, Collor com Napoleão Bonaparte: a encarnação de uma tendência histórica (1999, p. 233).

Tais trechos não deixam dúvidas quanto a cumplicidade da imprensa na formatação do candidato – e depois presidente – midiático. Nas mãos da mídia, Collor era um

avatar dos novos tempos. De um jornal para outro, ou de uma edição de um mesmo veículo para outra, ele poderia ser Thatcher, Reagan, Getúlio, Napoleão, Luís Bonaparte⁵, Jânio⁶ e, mesmo, Indiana Jones. Poderia aparecer como atleta, religioso, ecologista, playboy, etc.

É preciso apontar um paralelo entre esse Collor, versátil e maleável na hora de assumir identidades, e a popularização de uma técnica de efeitos especiais que irá transformar pessoas no audiovisual durante o período em questão. Conhecido pelo nome de *morphing*⁷ (do verbo *morph*, metamorfosear), o efeito figura em pelo menos dois exemplos significativos da cultura audiovisual americana ao longo de 1991. No videoclipe de *Black or white*, canção de Michael Jackson, veem-se ao fim pessoas de diferentes raças e grupos étnicos se fundirem uma na outra, endossando o discurso da música, o de que somos todos iguais, independentemente das diferenças de cor. Já em *O exterminador do futuro 2 – o julgamento final*, há o exterminador T-1000 (Robert Patrick), composto por metal líquido e apto a assumir qualquer identidade, problematizando o reconhecimento de sua essência. Trata-se de um marco incontestável no desenvolvimento tecnológico das CGI (*computer graphic imagery*). A fusão de personalidades viabilizada tecnicamente por Hollywood e colocada em evidência em 1991 já teria sido empregada por Collor ao longo de sua trajetória em torno do Planalto – ao menos de forma figurada e em coautoria com os veículos de comunicação. Política e entretenimento estariam, portanto, convergindo em um resultado que terminaria por empregar abstrações visuais, ainda que em técnicas e finalidades divergentes.

A apropriação da política pelo espetáculo é abordada por Lasch com um pessimismo que só fará esvaziar o debate. “A degeneração da política em espetáculo não só transformou o fazer político em publicidade, como degradou o discurso político e transformou as eleições em eventos esportivos [...]” (Lasch, 1983, p. 112). Como consequência direta, cria-se um mundo virtual que problematiza o real, dificultando, por consequência, o discurso de oposição, pois este precisaria se ater a contestar as abstrações formuladas pelos mais poderosos.

Tendo abordado os aspectos acima, pode-se concluir que Collor replica as características mais notórias da cultura pós-moderna. Estas são: “proliferação e disseminação da imagem sem profundidade; intensidade de emoções produzidas por tecnologia esmerada e gosto duvidoso; pasticho e implosão de formas; citação e repetição de imagens e formas passadas” (Kellner, 2001, p. 300).

⁵ Tal relação é proposta por Antunes (2005) originalmente em julho de 1990.

⁶ Essa referência sai do escopo da imprensa e da época visada. Ela aparece mais recentemente em Schwarcz e Starling (2015), e o paralelo se dá a partir da espetacularização da política, comum tanto a Collor quanto a Jânio Quadros. É possível, entretanto, ver uma aproximação crítica entre os dois políticos já no curta-metragem *Memória* (1990), de Roberto Henkin.

⁷ Para maiores informações sobre a relevância desta técnica de efeito especial, ver Leite (2015).

Lasch (1983) e Kellner (2001), cada um da sua forma e em sua época, discorrem sobre partes de um mesmo fenômeno, embora mais de 15 anos separem suas obras: a cultura americana e suas implicações políticas em meio a uma crise de identidade. Kellner é especialmente enfático sobre a cultura midiática. Compreende os filmes de Indiana Jones, entre outros sucessos contemporâneos (como *Rambo*, *Guerra nas estrelas*, *Conan*, *Superman*), enquanto expressões do *reaganismo*, termo que combina conservadorismo e modernidade, identificando-os à administração Reagan. Tal argumento parece atualizar o repertório proposto por Lasch, focado na política das décadas anteriores, mas de olho nos efeitos sociais provocados por ela, como, por exemplo, a crítica conservadora da burocracia, a favor de um individualismo ultrapassado (1983, p. 278).

Atualizando essa seara, a política *reaganista* está em total consonância com as propostas de Collor de Mello e permanecerá apropriada durante o período Clinton: “o governo deve ser limitado, e os impostos devem ser reduzidos; os negócios devem ser fortalecidos para criarem empregos e aumentarem a riqueza nacional; a burocracia governamental (portanto, a política reguladora) deve ser eliminada; [...]” (Kellner, 2001, p. 81). Trata-se de um investimento em prol da iniciativa privada. É o que prega o “fenômeno Collor” e seu Programa Nacional de Desestatização (PND): “reordenar a posição estratégica do Estado na economia, transferindo à iniciativa privada atividades atualmente exploradas pelo setor público” (*apud* Lattman-Weltman; Carneiro; Ramos, 1994, p. 57).

Para Harvey (2008, p. 295), falar sobre a era Reagan é também discorrer sobre o impacto de uma figura pública (um ex-ator hollywoodiano) cuja boa imagem contrasta com a má política, levando ao “triunfo da estética sobre a ética”. Na parceria midiática entre Collor e a cobertura efetuada pela grande imprensa, a estética assume a dianteira, característica que será demonstrada mesmo nos pequenos detalhes, como no caso do apelido que está em debate nesta pesquisa. É necessário inicialmente se interrogar: a quem serve, politicamente falando, Indiana Jones, o objeto designado por jornalistas para lustrar a imagem pública do político alagoano?

Na leitura *reaganista*, Indiana Jones, como outros exemplos, seria um herói individualista que vê o Estado com hostilidade e é movido por um repertório conservador (Kellner, 2001, p. 81). Ao se tomar como um estudo de caso *Os caçadores da arca perdida*, filme que introduziu o personagem, algumas observações podem ser feitas. Como o Super-Homem, Indiana Jones é um indivíduo que leva vida dupla. Um professor aparentemente tímido e ingênuo, desconcertado por investidas sedutoras de alunas, dá lugar a um explorador ágil e corajoso, um conquistador nato. Nas

dependências da instituição de ensino Jones é cerebral e usa um par de óculos que parece lhe dar legitimidade enquanto erudito. Em suas cruzadas fora das salas de aula o par de óculos parece inadequado. É substituído por um chicote e um revólver, ferramentas diametralmente opostas à identidade do professor e do homem da ciência. Tais atributos conferem a ele uma identidade camaleônica. Já próximo ao fim do enredo, se disfarça como soldado nazista e consegue se infiltrar entre a tropa do *Führer* sem ser notado. Em resumo: trata-se de um tipo que naturaliza o disfarce, perdendo referências mais consistentes entre, por exemplo, o bem e o mal, boa imagem e má política (ou entre a ética e a estética, para retomar o comentário de Harvey).

Dois aspectos que se situam fora do campo de ação física de Indiana Jones dão outras pistas sobre sua natureza. Primeiro, Indiana Jones é movido por dinheiro; segundo, ele é um crítico da burocracia governamental, tida como contraproducente. Ainda na primeira parte de *Os caçadores da arca perdida*, o professor conversa com o dono do museu que costuma comprar os itens que ele adquire em suas cruzadas. É descoberto, então, que a peça que ele perdera no Peru para o arqueólogo francês (sequência descrita na introdução deste trabalho) seria inicialmente vendida para aquela instituição. Em seguida, o *mecenas* o encaminha para um par de indivíduos do serviço secreto americano que apresenta uma proposta: encontrar a Arca da Aliança antes que esta caia nas mãos dos nazistas e se torne uma máquina de destruição letal. Mais tarde o eventual contratante leva novamente a proposta a Jones frisando que “eles pagarão muito bem”. A aventura se passa no Cairo, e o arqueólogo consegue ao fim repatriar a Arca para os Estados Unidos.

Já no desfecho, em um prédio do governo, a dupla do início fala sobre o acordo e o arqueólogo retruca: “O dinheiro está bom, mas a situação é inaceitável”. Jones e seu *mecenas* mostram preocupação em estudar o artefato, imediatamente afastado pelo serviço secreto. Os representantes do governo dizem que os melhores homens já estariam nesta função, sem, contudo, nomeá-los. Já fora do prédio, o arqueólogo comenta: “Burocratas idiotas, não sabem o que têm nas mãos”. Em seguida, o espectador acompanha a Arca sendo encaixotada e tornada um segredo militar, empilhada em um enorme depósito com outras caixas. O filme, por consequência, corrobora o comentário de Indiana Jones, demonstrando que o governo, além de mentiroso, não teria lá muita eficácia para explorar seus itens, apenas armazená-los, tirando-os de circulação. Como se vê, Indiana Jones é fiel à política *reaganista*, crítica quanto às capacidades produtivas da estrutura estatal.

O último capítulo da saga do arqueólogo irá reiterate a postura sobre o episódio quase três décadas mais

tarde. *Indiana Jones e o reino da caveira de cristal* (2008) tem início no amplo depósito onde o governo armazenava itens décadas antes. Mas ele agora parece abandonado. Uma grande cena de perseguição tem outra relíquia como alvo. Entre algumas caixas que se quebram durante a ação (dessa vez contra os soviéticos em um contexto da Guerra Fria), vislumbra-se um detalhe da Arca da Aliança. Esta, como haviam insinuado muitos anos antes personagem e filme, teria mesmo ficado guardada e esquecida, consequência da burocracia estatal e sua letargia característica. Nessa nova aventura, Jones torna a ser contratado pelo governo e, mais uma vez, se vê em uma situação aparentemente regular: viaja para a América Latina em busca de peças míticas (novamente o Peru, como que fechando o ciclo aberto em *Os caçadores da arca perdida*).

Uma vez introduzidos Collor, Indiana Jones e alguns traços que caracterizam suas *personas* em um sentido político, do candidato midiático ao herói individualista, a próxima etapa do trabalho tratará de investigar a conjugação entre eles.

“Indiana Collor”, o personagem midiático e individualista

Antes de mais nada, é preciso contextualizar o momento histórico da imprensa no período visado por essa análise. Enquanto o “fenômeno Collor” passa a ser explorado pela mídia em uma avalanche de fotos e panegíricos que irá pavimentar sua chegada ao Planalto, é necessário compreender uma mudança comercial em marcha nas principais empresas de comunicação. Durante os anos 1980, as redações passam a ser ocupadas por executivos que irão se distanciar de condutas jornalísticas consolidadas e se aproximar de práticas mercadológicas. Esta tendência aparece manifestada nesse comentário de Alberto Dines (1999, *apud* Souza, 2008, p. 65): “[...] o arrombamento das redações brasileiras pelo marketing nos estertores da ditadura pode ser visto como um rito de passagem, a perda da inocência”. O percurso político de Collor retratado pela imprensa, do governo de Alagoas à presidência da República, não só está contextualizado nesse período da “perda da inocência”, como o exemplifica. O objeto visado por esse trabalho é uma das engrenagens que expõem de forma clara a transição da prática jornalística direcionada à propaganda conferida à época.

O personagem “Indiana Collor” nasce nas páginas do *Jornal do Brasil*, possivelmente como uma variação mais contagiante, direcionada à classe média, do apelido “caçador de marajás”, grande sucesso na campanha eleitoral do alagoano. A primeira menção ao nome surge em um texto na capa da edição de 4 de janeiro de 1990. A chamada

principal reporta que Collor estava em Roma fazia dois dias e tinha recebido os nomes mais cotados para assumir o Ministério da Economia: Zélia Cardoso de Mello e o economista Daniel Dantas. Logo abaixo, em fonte menor, há o título “Aventuras de viagem”, que é acompanhado por um texto que se inicia com as seguintes palavras: “A julgar pelo comportamento do futuro presidente da república em sua atual viagem ao exterior, o governo Collor de Mello pode ganhar um ritmo de filme de Spielberg, com imprevistos dignos de um Indiana Jones” (Jornal do Brasil, 1990a).

Esta pequena chamada de capa relata o ano-novo do presidente, passado nas Ilhas Seychelles, seguido de uma visita de quatro horas aos templos do Vale dos Reis, no Egito. Aponta também a dificuldade que Collor impunha às embaixadas brasileiras. Estas não estariam acostumadas com tanta agilidade, dando-lhes um curto espaço de tempo para preparar uma recepção adequada ao político. O relato se encerra mencionando pela primeira vez o personagem: “A próxima escala seria Paris, mas que ninguém se fie nisso. Com Indiana Collor, tudo pode acontecer” (Jornal do Brasil, 1990a). O texto não é assinado, e aquela edição do JB não vai tornar a citar o personagem. O impacto, contudo, será contundente. Dois dias depois, a charge de Millôr intitulada “A hora e a vez de Indiana Collor” servirá como um bom parâmetro para mensurar a ressonância da proposta. A ilustração mostra Collor em um trampolim muito alto, prestes a dar um salto mortal em uma piscina tão distante que parece pequenina entre seus braços.

O título da *charge* tensiona o recém-criado personagem, fusão da virilidade de Collor à do professor de arqueologia Indiana Jones, com o protagonista do conto de Guimarães Rosa, “A hora e a vez de Augusto Matraga”. Não deixa de ser uma forma de confrontar o aspecto internacional de Collor (que se encontrava no exterior e passava a ser apelidado a partir da cultura americana) com a realidade brasileira. Mas é possível interpretar o desenho de Millôr como uma espécie de sátira.

No conto, Matraga é um homem mau, filho de um coronel poderoso já falecido. Em um dado momento, está à beira da morte, tendo apanhado e sido marcado com ferro em brasa por jagunços que iriam, em seguida, executá-lo. Reúne, então, suas últimas forças e se atira de um penhasco. Surpreende seus algozes, que veem seu corpo desaparecer e o dão como morto. “Era uma altura. O corpo rolou, lá em baixo, nas moitas, se sumindo” (Rosa, 2001, p. 376). Matraga é, então, resgatado por um casal de populares que passa a cuidar dele em seu povoado, abrindo-lhe novas perspectivas. Seu *mergulho* simboliza também o início de uma virada: de um sujeito poderoso e mau, que humilha e maltrata a todos, passa a ser alguém sem posses, convertendo-se ao bem em uma nova vida.

O salto, portanto, está associado a uma mudança de posicionamento, a uma reeducação.

O Collor que está em um trampolim, prestes a performar mais um número, como tantos outros que levariam a imprensa a dedicar muita tinta para falar a respeito do ritmo e da agilidade da *performance*, estaria em uma condição espiritual um tanto análoga à de Matraga antes do salto. Pois, ao ostentar uma viagem internacional de custo elevado amplamente noticiada pela imprensa, ele não deixa de humilhar boa parte de seu eleitorado, que enxugava gastos em um país que atravessava uma grave crise econômica com altos índices de inflação. A partir deste mergulho, em uma piscina talvez pertencente a um luxuoso *resort*, quem sabe o protagonista não tomaria um novo rumo? É bem provável que Millôr não estivesse muito convencido de que Collor mudaria de postura. Sua *charge* parece ir de encontro ao entusiasmo demonstrado por parte da imprensa que irá cunhar o personagem “Indiana Collor”, disposta a destacar sua viabilidade midiática – parece mesmo ironizá-lo, tentando projetar o personagem político em uma cultura que era propriamente a dele, ainda que ele se esforçasse para perdê-la de vista.

Dois dias após a aparição da *charge*, o *JB* publica o texto “O solitário Indiana Collor”, assinado por Etevaldo Dias. Tido nos bastidores como o “Amigo de Collor” (Conti, 1999), o jornalista será mais tarde porta-voz do Planalto, assumindo a Secretaria de Imprensa da Presidência às vésperas do *impeachment*. Na reflexão, Dias valoriza Collor. Tira o foco do jovem perdulário que transita com rapidez pela Europa a altos custos para destacar a modesta equipe que o acompanha, de apenas cinco pessoas. Deste isolamento, o autor apresenta uma consequência positiva: é apenas Collor quem poderia falar por si, ninguém negociaria cargos em seu nome, pois ele teria dispensado o “exército de políticos” comum ao jogo eleitoral; ou seja, o presidente estaria livre de pressões que comprometeriam seu programa. Trata-se de defender Collor como sujeito de uma nova política, independente, ágil. “E depois da posse, Indiana Collor terá que ser rápido e certo no gatilho. O êxito de seu programa de governo está diretamente ligado à rapidez e ao êxito imediato das medidas” (Dias, 1990, p. 2). Nessa reflexão, é Collor sozinho, acompanhado por poucos coadjuvantes, que fará a máquina política girar com velocidade, como um forasteiro solitário prestes a mudar a ordem de uma cidadela em um *western* norte-americano.

Por volta de meados de janeiro, a coluna de Ancelmo Gois, no mesmo *Jornal do Brasil*, torna a reavivar o personagem apontando para as diversas modalidades de locomoção por ele utilizadas:

Com a revelação de que pretende ir de sua casa, no Lago Norte, para o Palácio do Planalto, a bordo de

uma lancha, o futuro presidente Fernando Collor de Mello deu mais uma demonstração de que não pretende abandonar o estilo Indiana Jones.

A lancha usada domingo passado é apenas mais um meio de transporte escolhido por Indiana Collor: desde a campanha, ele já andou em automóvel, caminhonete, jato, helicóptero, barco e até a cavalo – para sair de um comício no Nordeste – além de ter feito várias corridas a pé (Gois, 1990).

É no final de fevereiro, entretanto, que o personagem ganha um respaldo imprevisível, internacional. O presidente americano, George Bush, em um bilhete para um amigo, ex-embaixador no Brasil, escreve logo após uma reunião com Collor: “Encontrei-me com Indiana Jones”. O bilhete vai parar na capa do *JB*, que abre o texto reivindicando a autoria do apelido: “Das páginas do *Jornal do Brasil*, o apelido de Indiana Jones, ou Indiana Collor, aplicado ao presidente eleito Fernando Collor de Mello, viajou pelo continente e foi parar na Casa Branca”. Mais à frente, explica que o bilhete

*não serve apenas para atestar que, hoje em dia, à menção de Indiana Jones, ele não se lembra apenas do ator Harrison Ford. Também é revelador de suas impressões do encontro com o presidente eleito do Brasil. “Fiquei muito favoravelmente impressionado”, escreve Bush. “Ele (Collor) disse as coisas certas sobre economia. Eu disse a ele que queria manter um ‘relacionamento pessoal’ [...]” (*Jornal do Brasil*, 1990b).*

A mensagem teria sido escrita no mesmo dia do encontro entre Collor e Bush, em 26 de janeiro, o que só faria aumentar as expectativas sobre o “relacionamento pessoal”. Em junho do ano seguinte, Collor vai até Washington e ouve do líder americano: “Estou contente com o fato de Indiana Jones e sua esposa poderem estar aqui conosco esta noite” (Passos, 1991, p. 3). Ouve também de um jornalista que ele “poderia conseguir um bom emprego nos EUA quando deixasse o governo”, como âncora na televisão. E ainda, na mesma viagem:

Em almoço na Embaixada, Powell (Colin, comandante das Forças Armadas) perguntou se ele correria com uma camiseta com a inscrição “Desert storm” (tempestade no deserto), nome da operação na Guerra do Golfo. Collor disse que sim e Powell prometeu lhe mandar uma de presente (Passos, 1991, p. 3).

Durante o percurso do personagem “Indiana Collor” nas páginas do *JB*, este aparece por vezes associado a um “estilo Collor”, expressão que soa como uma variação

do “fenômeno Collor”, termo muito utilizado pela mídia no período. Outras publicações foram mais parcimoniosas em adotá-lo. O *ombudsman* da *Folha de S. Paulo*, por exemplo, em texto intitulado “Ritmo de Collor é demais para a Folha”, faz uma das raras menções ao personagem no veículo: “O jornal não conseguiu sequer acompanhar o ritmo das notícias imposto pelo ‘Indiana Collor’, segundo definição feliz do *Jornal do Brasil*” (Costa, 1990). Mesmo fazendo uma autocritica em relação à falta de vigor da *Folha* em seguir o presidente, o *ombudsman* aprova o rótulo e legitima o personagem baseado, novamente, em uma questão de agilidade.

Para este breve apanhado da criação e repercussão do personagem “Indiana Collor”, podem-se fazer as seguintes afirmações: ele surge em meio à viagem de Collor entre a África e a Europa, durante e após as festas de fim de ano; é caracterizado pela velocidade com que se desloca e pela imprevisibilidade de sua rota; o apelido é cunhado pelo *Jornal do Brasil*, sem autor declarado, mas absorvido com algum entusiasmo pela grande imprensa.

O que, contudo, é indispensável destacar é que “Indiana Collor”, diferentemente de Indiana Jones, é um turista. Sua viagem para as Ilhas Seychelles deveria durar quatro dias, segundo informara o Itamaraty. Mas ele fica lá por menos de 48 horas. “O presidente eleito não teria gostado tanto das Seychelles. Daí a decisão de deixá-las antes do previsto” (*Jornal do Brasil*, 1990a). Tomando esse exemplo como referência, pode-se deduzir que a mobilidade de Collor parece estar relacionada às formas de evitar o tédio e não a algo realmente produtivo. Em 20 de janeiro faz outra viagem que parece reforçar essa ideia: em 24 horas visita Argentina, Uruguai e Paraguai, encontrando-se com seus respectivos presidentes e fazendo da solenidade política um passeio corriqueiro, superficial. Nesse enfoque poderia se considerar também a variedade de veículos utilizados por ele na locomoção em seu dia a dia. Não basta apenas estar em movimento, mas tornar o deslocamento algo diversificado, como, por exemplo, a opção de ir de lancha da residência para o trabalho, como divulgado na coluna de Ancelmo Gois.

O turista, apontado como herói da pós-modernidade por Bauman (1998), é uma figura que se justifica enquanto *persona* em movimento, cuja peculiaridade é, justamente, não chegar a lugar algum. Como se dá com o “príncipe moderno” de Lasch, o turista sabe que não há um “trabalho a ser feito” em suas andanças para além de sua mobilidade permanente e sua aptidão para o não pertencimento.

Viajando despreocupadamente, com apenas uns poucos pertences necessários à garantia contra a inclemência dos lugares estrangeiros, os turistas podem sair de novo a caminho, de uma hora para a outra, logo que as coisas

ameaçam escapar de controle, ou quando seu potencial de diversão parece ter-se esgotado, ou quando aventuras ainda mais excitantes acenam de longe. O nome do jogo é mobilidade: a pessoa deve poder mudar quando as necessidades impelem, ou os sonhos o solicitam. A essa aptidão os turistas dão o nome de liberdade, autonomia ou independência, e prezam isso mais do que qualquer outra coisa, uma vez que é a conditio sine qua non de tudo o mais que seus corações desejam. Este é também o significado de sua exigência mais frequentemente ouvida: “Preciso de mais espaço.” Ou seja, a ninguém será permitido discutir o meu direito de sair do espaço em que atualmente estou trancado (Bauman, 1998, p. 114).

Tais palavras de Bauman são muito válidas para o personagem “Indiana Collor”, seus inventores e mantenedores. Este trecho, pinçado do texto de Etevaldo Dias (1990, p. 2), que medita sobre a viagem do presidente, defendendo seu isolamento, antecipa bem a condição explicitada acima: “Ao longo da campanha, Collor pediu para que não o deixassem só. Agora, ele quer ficar só”. Mais adiante, em um pronunciamento para a televisão em meio a acusações de corrupção e crises em seu governo, Collor torna a pedir à população para que não o deixe só.

O personagem “Indiana Collor”, tal como apresentado nas páginas do *JB*, é, portanto, um adepto da instabilidade. Tal instabilidade irá se refletir no próprio desempenho do cargo. É o que pode se tirar desta matéria, que narra de forma divertida a ida de Collor ao GP – Grande Prêmio do Brasil em São Paulo (um esporte de velocidade):

Pouco menos de três horas foram suficientes para que o estilo Indiana Collor atingisse Interlagos como um furacão. O presidente desceu de um helicóptero da FAB quando faltavam 10 minutos para o meio dia e, em poucos instantes, passou a dominar as atenções do público. Andando apressadamente – para o desespero dos seguranças –, ele acenava para o público que o saudava com um misto de aplausos e vaias.

Logo depois da comitiva instalar-se, a primeira-dama, Rosane Collor, protagonizou um dos instantes mais marcantes da tarde. Ela decidiu ir ao toailete e, liderando um pequeno cortejo, atravessou cerca de cem metros dos camarotes distribuindo sorrisos e andando a passos firmes, a exemplo do marido.

[...]

Ecclestone (Bernie, presidente da Associação dos Construtores de Fórmula 1) garantiu não ter falado em dinheiro com o presidente, assunto considerado em Interlagos o mais importante do dia. O estilo Collor contribuiu para que não houvesse clareza: enquanto

o assessor Cláudio Humberto assegurava que o presidente nem quer falar na liberação (calculada em Cr\$ 76 milhões), o próprio Collor afirmou que atenderá ao pedido. “Presidente, o dinheiro vai ser liberado?” Collor não entendeu (“Como?”, retrucou), e a pergunta foi repetida. Então, ele disse, sorrindo: “Claro, o dinheiro vai ser todo liberado, todo liberado” (Jornal do Brasil, 1990c).

Este registro, também sem assinatura, é o que de fato acusa uma virada conceitual: vê o “estilo Collor” como algo que transcende o aspecto físico e irá afetar sua forma de fazer política, caracterizando uma falta de clareza.

O “estilo Collor” sobreposto ao “estilo Indiana Jones”, entretanto, nunca foi muito longe na elaboração do “Indiana Collor”. As comparações entre o presidente e o personagem de Spielberg serão ainda menos promissoras em uma reflexão como esta, proposta por Ribeiro (1996, p. 36) a partir do encontro entre Collor e Bush:

O personagem de Spielberg é, antes de mais nada, um arqueólogo, um intelectual. O feito do cineasta consistiu em torná-lo simpático, embora servindo ao saber (causa que geralmente aparece aborrecida ao público de massa), graças, sobretudo, à energia que utilizava nessa causa, e que constituía como seu segundo ser. Nem Bush nem Collor, porém, mostraram em seus governos especial simpatia pelo estudo, pela dimensão científica de Indiana. Aliás, a fase “heroica” da Presidência Collor distinguiu-se por forte e explícita aversão ao meio universitário, científico e cultural. Em suma: Indiana Jones, na referência de Bush, é um herói mais da força que do conhecimento. Em Collor, o que Bush saudava não era o saber, mas a energia – que, significativamente, o presidente brasileiro desmerecerá, confundindo-a com a mera força ou saúde física.

Os erros de julgamento apontados por Ribeiro não se adequam apenas a Bush. Eles são muito apropriados para o próprio *Jornal do Brasil*, que criou o personagem e nele investiu, desde o começo, uma comparação baseada na agilidade, no feito físico. Um turista e um arqueólogo mantêm propósitos identitários muito distintos.

O aspecto que move o itinerário ágil de “Indiana Collor” parece se aproximar com maior vigor da supermodernidade apontada à época por Marc Augé: o estudo é publicado originalmente na contemporaneidade do *impeachment* do ex-presidente brasileiro, algo, por si só, sintomático. A supermodernidade, fenômeno a ser pensado em correlação com a pós-modernidade, tomando o excesso e a superabundância como referências constitutivas, será pertinente para estabelecer a lógica dos “não lugares” (Augé,

2012). Estes nada mais são do que espaços despersonalizados, relacionados à locomoção e distintos de referências próprias (algo oposto à ideia de lugar e suas demarcações próprias). “O espaço do não lugar não cria nem identidade singular nem relação, mas sim solidão e similitude” (2012, p. 95). A trajetória *turística* de Collor no período focado nessa análise, baseada no feito da locomoção e da quantidade, só fez ressoar a perspectiva da supermodernidade na política brasileira. A cobertura nas páginas dos jornais da época valoriza os “não lugares” atravessados pelo presidente como marcos de uma proposta que só poderá despersonalizar a esfera política. O apelido “Indiana Collor” será uma amostra contundente deste processo, algo apressado e um tanto descartável – não sobreviverá em estudos que se propuseram a analisar o desempenho da mídia durante o governo Collor já nos anos 1990, como se vê em Lattman-Weltman, Carneiro e Ramos (1994) e em Conti (1999).

No compilado proposto acima, uma série de impressões publicada na grande imprensa por formadores de opinião em boa parte fora da editoria de arte e cultura, não é possível ver qualquer reflexão escrita por alguém oriundo do cinema. Mas ela se deu, mais uma vez, nas páginas do *JB*. Na primeira dezena de março, coube ao cineasta Paulo Thiago fazer algumas considerações sobre o personagem. A comparação, dessa vez, se estabeleceu entre o ágil presidente e o personagem de seu então último filme.

“Fernando, um brasileiro” e seu amigo tubarão

Jorge, um brasileiro (1988) é o sétimo longa-metragem dirigido por Paulo Thiago. Estreia no início de fevereiro de 1989, antes mesmo, portanto, do lançamento de *Indiana Jones e a última cruzada*. É baseado em romance homônimo de Oswaldo França Jr., publicado em 1967. A história gira em torno de um caminhoneiro, Jorge, que trabalha para Mário e recebe a incumbência de transportar um grande carregamento de milho por Minas Gerais para a inauguração de uma refinaria que simbolizaria uma ação do governo para a merenda escolar. Toda a ação é justificada em torno de uma suposta parceria entre o poder federal e a iniciativa privada. Não cabe aqui uma análise cotejando livro e filme, visando uma reflexão sobre a fidelidade ou não da adaptação da obra literária para as telas. *Jorge, um brasileiro* surge nessa pesquisa como uma referência para a discussão em torno do objeto. É com o filme e com o que aparece encenado no ano anterior que o personagem “Indiana Collor” vai de alguma forma dialogar, como irá propor o próprio diretor no artigo “Indiana, um brasileiro”.

Na película, quem é Jorge? O personagem, interpretado por Carlos Alberto Riccelli, é que conduz a

narrativa – pontuada por *flashbacks*. Jorge é apresentado logo no início em uma cena em preto e branco que é, justamente, um *flashback*. É sua voz em *off*, narrando um episódio para sua namorada, Sandra (Glória Pires), que se introduz uma situação emblemática para se compreender o que está em jogo ao longo do enredo. Nesta sequência, Jorge está dirigindo um caminhão com o patrão, Mário (Dean Stockwell), no banco do carona. Os dois estão em pleno governo Médici, atravessando a Transamazônica com a correia do caminhão danificada. Param em um posto militar, onde conhecem um soldado que os encaminha para um senhor indígena que é zelador do lugar. São informados de que ele teria uma correia nova em sua barraca. Mário tenta comprar a peça do índio, mas este retruca que ela seria do governo, recusando-se a vendê-la e os remetendo novamente para o soldado. Sem sucesso, Jorge e Mário invadem a barraca do índio à noite e roubam o objeto. Ao saírem, são surpreendidos por ele com arma em punho e terminam presos. Já encarcerados, Mário suborna o soldado, que liberta a dupla e entrega a correia para que possam prosseguir a viagem com a carga.

A sequência descrita acima se inicia com esse comentário de Jorge em *off*: “Amizade não tá no que se fala, tá no que se vive. O meu amigo Mário, mais do que meu patrão, é meu amigo. Ninguém sabe o que realmente é ser amigo”. Sobre toda essa situação que abre a história de *Jorge, um brasileiro* pode-se afirmar que Jorge tem uma visão idealista de seu chefe, considerando-o como amigo. Não faz julgamento sobre suas ações, que incluem roubo e suborno das autoridades. Limita-se a vê-lo como um amigo, o que tampouco parece ser algo sóbrio, já que ninguém saberia o que “realmente é ser amigo”. Jorge, portanto, aparenta ser um proletário alienado, sem consciência de classe. Já o Brasil, neste breve episódio, pode ser compreendido como um espaço de terra marginal e heterogêneo, apartado da civilização, no qual a autoridade é corrupta e não resiste ao dinheiro. Aparenta-se com a América do Sul retratada no início de *Os caçadores da arca perdida*, tal como abordado na introdução deste texto.

Além disso, é preciso tecer alguns comentários sobre como este par de personagens que adentra o posto é retratado. Jorge é força física. Está em boa forma e veste uma camiseta sem mangas que destaca seus braços e peitoral. Já Mário é interpretado por um ator americano que, por sua vez, é dublado por um intérprete brasileiro (Odilon Wagner). Parece haver uma simbologia clara aí: o dono do dinheiro e da falta de escrúpulos é o imperialismo *yankee* em seus muitos disfarces, chegando a soar como um brasileiro. Mário surge com chapéu e jaqueta, que podem remeter diretamente ao vestuário de Indiana Jones, esta outra personalidade que também circula entre índios em locais remotos e remove peças do seu interesse. Se houve

alguma intenção por parte do diretor ao fazer menção ao personagem de Spielberg na figura do inescrupuloso Mário por meio de seus trajes, essa seria possivelmente a de enxergar Indiana Jones como apenas mais um personagem a serviço da dominação cultural. E não um herói bonzinho, defensor da ciência e do conhecimento, mas uma presença movida pelo dinheiro e pela usurpação cultural. É apresentado como amigo, mas não passa de mais uma engrenagem do capitalismo monopolista que quer ocupar sem pudores os mercados subdesenvolvidos.

Mais à frente, ainda no mesmo *flashback*, Mário tira uma fotografia com outros três caminhoneiros (entre eles, Jorge). A foto será ampliada e irá compor a decoração de seu escritório, ficando pendurada na parede atrás de sua cadeira – artimanha que parece nublar a verticalização entre patrão e empregado que caracteriza a fala de Jorge. O momento é novamente atravessado pela narração do protagonista em *off*. Este torna a se referir a Mário, para sua namorada, como esse amigo que ninguém sabe o que é, confirmando a estratégia do retrato: a de sugerir uma socialização igualitária (amigo, e não funcionário).

Dadas as circunstâncias, no filme de Paulo Thiago o brasileiro é personificado pela mão de obra explorada que não tem senso crítico, mas força bruta. Que está disposto a colocar o patrão e o desejo de agradá-lo acima da própria vida. Que é preso sem a real consciência do que isso representa. Cabe ao resto do enredo mostrar como Jorge irá se arriscar até o ponto em que irá cair em si e parar de ver o patrão como amigo, distanciando-se dele. É a partir desta percepção que se poderão compreender algumas das questões levantadas por Paulo Thiago no texto “Indiana, um brasileiro”: a de superar a subserviência perante as potências.

Publicado a seis dias da extinção da Embrafilme, Paulo Thiago inicia seu texto da seguinte maneira:

Fernando Collor de Mello inaugura no país a política-espetáculo, em tom cinematográfico, onde cada movimento, cada gesto parece ter a emoção a 24 quadros por segundo, nestes dias que antecedem sua entrada nas telas do poder. Porém, somente em ritmo de Steven Spielberg, a equipe do presidente conseguirá fazer o pacote que pretende reformar o Estado brasileiro nos próximos dias, para ser enviado ao Congresso imediatamente após a posse de 15 de março. Na caçada à Arca Perdida, o estado inchado e falido que o presidente vai encontrar, este ritmo acelerado misturado à nova fantasia neoliberal, que assola a nação, poderá levar a outro filme do mesmo diretor, o Tubarão, monstro com suas mandíbulas aterrorizantes, capaz de mastigar pernas e braços, devorador de organismos essenciais à própria sobrevivência de certas atividades (Thiago, 1990).

Em seguida, o diretor propõe comparar Collor a Jorge, abandonando o personagem “Indiana Collor” em nome de outro, “Fernando, um brasileiro”.

Precisamos muito que Fernando, um brasileiro desentranhe-se com urgência das metáforas hollywoodianas com que a imprensa tem-lhe brindado e caia na realidade nacional que realmente ele é. Entre os contatos imediatos de 3º grau com o mundo desenvolvido, o ritmo do Indiana, a terrível Arca Perdida das contas públicas falidas e o tubarão que poderá devorar-lhe as pernas nestes 100 dias, Fernando, um brasileiro poderá antes do tempo descobrir e refletir que a tarefa é talvez impossível, e mais tranquilamente tomar decisões. Pelo menos em relação ao setor cinematográfico que tanto tem servido para metaforizar as ações presidenciais, observando a realidade que nos circunda, de barreiras caídas por toda a parte (Thiago, 1990).

Nesta reflexão, escrita às vésperas do desmonte e com sérias preocupações sobre a ocupação do mercado cinematográfico, Paulo Thiago pode não ter tido consciência do quão proféticas poderiam ser suas palavras em curtíssimo prazo. Já ao fim do texto, observa: “Reformar o estado brasileiro na área cinematográfica não pode ser apenas enxugar, fundir, cortar. Amputar braços fará perder instrumentos que reformulados poderiam servir como agentes de uma nova ação cinematográfica. Transparente e democrática” (Thiago, 1990). Este trecho poderia ter sido publicado na semana seguinte, como uma resposta ao fechamento da Embrafilme, medida tomada sem qualquer diálogo com a sociedade por meio do Programa Nacional de Desestatização.

A aproximação entre Jorge e Collor sugerida por Paulo Thiago leva em conta o grande esforço que os dois teriam que fazer: o primeiro para levar a carga por um trajeto afetado por todo tipo de contratempo em um tempo exíguo para atender as necessidades do patrão – “Se você não entregar o milho, eu não pago as minhas dívidas e nós vamos nos fuder”, diz Mário ao pé do ouvido de Jorge em reunião com uma autoridade do governo; o segundo, para fazer o mesmo, mas tomando o Brasil e seu estágio deficitário como a carga inviável. O forte alinhamento de Collor com a política neoliberal é similar à conduta de Jorge, que trata o dominador como amigo, colocando os interesses deste acima de tudo. Na jornada do ligeiro “Indiana Collor” ao longo do período que antecede a posse, as palavras igualmente rápidas (e breves) de Bush no bilhete para o ex-embaixador poderiam ser ditas por Mário para um de seus cúmplices: “Ele (Collor) disse as coisas certas sobre economia. Eu disse a ele que queria manter um ‘relacionamento pessoal’ [...]”

(Jornal do Brasil, 1990b). Nessa lógica, para limpar a estrada para o amigo, “Indiana Collor” vai rapidamente extinguir os órgãos relacionados ao cinema. Para a área cinematográfica, a ação significa reiterar a subserviência à política cultural hegemônica. “Fernando, o brasileiro” estaria ao fim, e diferentemente de Jorge, mais disposto a aceitar os pedidos das forças capitalistas e intensificar o processo de dominação do que voltar-se contra eles – como faz o personagem no término do filme, rompendo com o amigo. Ao fim do período que antecede a posse, “Indiana Collor” tornou-se, de fato, o tubarão, como sugeriu Paulo Thiago. Não caiu na “realidade nacional”, a mesma da qual faria parte, mas buscou de certa forma exterminá-la.

Conclusão

Este trabalho pretendeu fazer uma análise do apelido “Indiana Collor”, talvez um dos mais característicos e (por isso mesmo) efêmeros atribuídos a Fernando Collor de Mello no período que antecede sua posse. Foi demonstrado como ele ficou restrito a uma certa imagem superficial endossada pela imprensa e o quanto ele poderia significar para além da questão da agilidade e da terminação meramente visual. Entre os dados aparentes e os ocultos, apontou-se também para uma certa falta de coerência entre o apelido e o personagem que o motivou. A discussão aproximando, por fim, “Indiana Collor” e o cinema brasileiro mostrou ainda o grande descompasso entre Collor e o setor, colocando em relevo o viés destrutivo da política neoliberal em seu discurso contra a administração pública. Mais do que apenas um apelido, “Indiana Collor” é um verdadeiro personagem que contempla uma complexa relação entre política e imprensa manifestada no período.

No trajeto aqui proposto, “Indiana Collor” foi contrastado ao longo do texto com dois personagens brasileiros emblemáticos que passam por momentos de catarse: Augusto Matraga e Jorge. O desejo tanto de Millôr quanto de Paulo Thiago ao formularem seus paralelos era de ao menos sugerir que seria preciso orquestrar uma mudança na política brasileira. Uma reviravolta parece pouco provável no trampolim do cartunista, retratando o mundo de Collor como algo realmente desconectado da vida do Brasil e do brasileiro. Neste desenho, o salto trágico de Matraga parece destituído de valores, focado apenas no desempenho físico do gesto, ignorando todo o entorno e as motivações: o importante é saltar e não por que o fazer. Matraga fez o gesto de pular no abismo como uma medida desesperada para tentar escapar da morte certa. Teve sucesso. No caso do Collor que figura no trampolim ilustrado, o salto se justifica por si só, nada maior o motiva, exemplificando o “eclipse da realização”. Essa parece ser a síntese exibicionista do personagem

“Indiana Collor”, um “príncipe moderno”, nos termos de Lasch, e um turista alinhado à supermodernidade, ao desejo insaciável de transitar sem maiores motivações.

“Fernando, um brasileiro” seria outra tentativa que busca tirar “Indiana” do trampolim para fazê-lo prestar atenção à piscina, repleta de tubarões. Faz isso em um momento no qual já havia se tornado público que Bush queria tê-lo como “amigo”, em um “relacionamento pessoal”. A vida estaria imitando a arte, e “Indiana Collor” seria mais do que apenas uma força bruta, ágil, tipo enérgico, mas um indivíduo a serviço da dominação estrangeira, responsável por minar a cultura regional, tirando de circulação seus tesouros. Os dois personagens chegam ao fim de suas jornadas de forma desigual: Jorge, sem o amigo; “Indiana Collor”, sem o mandato, concluindo sua estadia no Palácio do Planalto de forma mais rápida do que o previsto – tal como ocorrera em sua viagem para as Ilhas Seychelles no início da jornada, mas, dessa vez, motivado por questões de outra natureza e tendo a própria mídia como alvo.

Referências

- ANTUNES, R. 2005. *A desertificação neoliberal no Brasil (Collor, FHC e Lula)*. Campinas, Autores Associados.
- AUGÉ, M. 2012. *Não lugares – introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas, Papirus.
- BAUMAN, Z. 1998. *O mal-estar da pós-modernidade*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar.
- CONTI, M. S. 1999. *Notícias do Planalto*. São Paulo, Companhia das Letras.
- HARVEY, D. 2008. *Condição pós-moderna*. São Paulo, Edições Loyola.
- JOSÉ, E. 2015. *Intervenção da imprensa na política brasileira (1954-2014)*. São Paulo, Editora Fundação Perseu Abramo.
- KELLNER, D. 2001. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Bauru, EDUSC.
- LASCH, C. 1983. *A cultura do narcisismo*. Rio de Janeiro, Imago.
- LATTMAN-WELTMAN, F.; CARNEIRO, J. A. D.; RAMOS, P. A. 1994. *A imprensa faz e desfaz um presidente*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira.
- LEITE, M. H. 2015. *Efeitos especiais digitais na imagem técnica: a desocultação da arte*. São Paulo, SP. Tese de doutorado. Universidade de São Paulo (USP), 204 p.
- RIBEIRO, R. J. 1996. A política como espetáculo. In: DAGNINO, E. (org.). *Anos 90: política e sociedade no Brasil*. São Paulo, Brasiliense, 176 p., p. 31-40.
- ROSA, J. G. 2001. *Sagarana*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2001.
- SCHWARCZ, L. M.; STARLING, H. M. 2015. *Brasil: uma biografia*. São Paulo, Companhia das Letras.
- SENRA, S. 2001. Mídia, política e intimidade: permutas entre a esfera pública e a imagem na era Collor. In: M. A. D'INCAO (org.), *O Brasil não é mais aquele... Mudanças sociais após a redemocratização*. São Paulo, Cortez Editora, p. 41-60.
- SOUZA, P. R. S. 2008. *Fernando Collor na imprensa brasileira: representações em torno da sedução e da satanização*. Vitória, ES. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), 130 p.

Fontes

Jornal do Brasil

- DIAS, E. 1990. O solitário Indiana Collor. *Jornal do Brasil*. 1º Caderno. Rio de Janeiro, 8 jan., p. 2.
- GOIS, A. 1990. Informe JB. *Jornal do Brasil*. 1º Caderno. Rio de Janeiro, 16 jan., p. 6.
- JORNAL DO BRASIL. 1990a. Aventuras de viagem. Rio de Janeiro, 04 jan., p. 1.
- JORNAL DO BRASIL. 1990b. De Bush, sobre 'Indiana Jones'. Rio de Janeiro, 24 fev. 1990, p. 1.
- JORNAL DO BRASIL. 1990c. Estilo Collor ataca no GP. Rio de Janeiro, 26 mar., p. 6.
- MILLÔR. 1990. A hora e a vez de Indiana Collor. *Jornal do Brasil*. 1º Caderno. Rio de Janeiro, 6 jan., p. 9.
- THIAGO, P. 1990. Indiana, um brasileiro. *Jornal do Brasil*. 1º Caderno. Rio de Janeiro, 10 mar., p. 11.

Folha de S. Paulo

- COSTA, C. T. 1990. Ritmo de Collor é demais para a Folha. *Folha de S. Paulo*. Política. São Paulo, 7 jan., p. 8.

O Globo

- PASSOS, J. M. 1991. 'Indiana Collor': sucesso na Casa Branca. *O Globo*. O país. Rio de Janeiro, 20 jun. 1991, p. 3.

Submetido em: 01/02/2022

Aceito em: 26/06/2022