



DE MONSTROS A METÁFORAS: o papel dos personagens assustadores no Halloween.

DOI 10.5281/zenodo.13618172

Marcela Ettinger Nascimento¹

RESUMO

O tema da ideologia por trás das imagens do Halloween tem sido pouco explorado nas últimas décadas, conferindo a este trabalho um caráter inusitado. Sua relevância reside na compreensão da ideologia como uma superestrutura utilizada pelas classes mais desfavorecidas como um mecanismo de enfrentamento e defesa. O objetivo desta pesquisa consiste em analisar a concepção de ideologia da classe trabalhadora, aprofundar-se na discussão sobre a representação de monstros, explorar as ideias subjacentes a essas representações, examinar estudos que fundamentam tais concepções e propor uma abordagem alternativa para compreender e interpretar os monstros. A natureza da pesquisa é exploratória bibliográfica, utilizando métodos hipotético-dedutivos, aplicando uma análise da narrativa à moda dadá, e realizando uma revisão bibliográfica de natureza básica-pura, com uma abordagem qualitativa que inclui a revisão de materiais documentais, como livros e artigos. Os resultados revelaram que por trás de cada representação de monstro há uma condição de pobreza e miséria.

Palavras-chave: Ideologia, Halloween, Classe trabalhadora, Representação de monstros, Superestrutura, Concepção de ideologia.

¹Graduado em Tecnologia em Gestão de Turismo pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo — IFSP. Graduanda do curso de Tecnologia em Gestão Empresarial da Faculdade de Tecnologia da Baixada Santista "Rubens Lara" — FATEC. Pós-graduada em Docência na Educação Profissional e Ensino Técnico e em Psicanálise e Saúde Mental pela Anhanguera. Endereço para acessar este CV: <http://lattes.cnpq.br/5454966855991820>. E-mail: marcela.nascimento@fatec.sp.gov.br.



ABSTRACT

The theme of the ideology behind Halloween images has been little explored in recent decades, giving this work an unusual character. Its relevance lies in understanding ideology as a superstructure used by the most disadvantaged classes as a coping and defence mechanism. The aim of this research is to analyse the working class' conception of ideology, delve into the discussion about the representation of monsters, explore the ideas behind these representations, examine studies that substantiate these conceptions and propose an alternative approach to understanding and interpreting monsters. The nature of the research is exploratory bibliographical, using hypothetico-deductive methods, applying a Dada-style narrative analysis, and carrying out a literature review of a basic-pure nature, with a qualitative approach that includes reviewing documentary materials such as books and articles. The results revealed that behind every representation of the monster there is a condition of poverty and misery.

Keywords: Ideology, Halloween, Working class, Representation of monsters, Superstructure, Concept of ideology.

Revista
Transversal

UNIESP S.A.



INTRODUÇÃO

De acordo com Michaelis (2023, s/p), o Halloween é uma celebração anual de origem celta, amplamente praticada em vários países, também conhecida como o Dia das Bruxas, e ocorre em 31 de outubro. Durante essa celebração, as pessoas se fantasiam de bruxas e seres fantasmagóricos para assustar outras pessoas por brincadeira e lembrar da antiga tradição de que, na véspera do Dia de Todos os Santos, os espíritos dos mortos voltam ao lugar onde viveram.

De acordo com Michaelis (2023, s/p), os monstros, que são seres sobrenaturais, geralmente grandes e tempestuosos, que habitam a mitologia ou o imaginário das histórias e lendas infantis, ou ainda *teratos*, fetos, pessoas ou animais com a forma disforme e anormal, total ou parcialmente, são frequentemente usados como fantasias em eventos como o Halloween. Isso se deve ao marketing dos personagens assustadores. No entanto, aponta-se nessa pesquisa, tais fantasias também carregam consigo uma série de metáforas que refletem valores ideológicos, entendendo-se metáfora como figura de linguagem em que uma palavra é usada em lugar de outra para sugerir uma semelhança ou analogia entre elas, ou ainda como um símbolo.

O Halloween é um evento amplamente reconhecido em todo o mundo, embora sua origem seja atribuída à cultura euro-estadunidense. Como resultado, coloca-se aqui, as celebrações do Halloween são permeadas pelos valores e tradições dessas sociedades de referência, que ajudam a definir a identidade do consumidor, *identitas referentialis*. A ficção desempenha um papel fundamental na disseminação desses valores ideológicos, como uma ferramenta do próprio marketing, utilizando a televisão, literatura e serviços de *streaming* para transmitir atrações da cultura popular típicas dos países centrais, ou seja, dessas sociedades de referências para seu público-alvo, geralmente países subdesenvolvidos/pobres. Esses valores são então refletidos em vestimentas e outros aparatos utilizados nas celebrações de Halloween, onde se manifestam os valores perpetuados por essa cultura ainda que considerando que as culturas se atravessam.

No entanto, a questão é que muitos desses valores transmitidos pelo marketing e pela cultura popular euro-estadunidense estão enraizados em estigmas que frequentemente associam implicitamente grupos étnicos e culturas



estigmatizados com o conceito de “Monstro”, apresenta-se aqui. Indica-se nesta pesquisa que esse estigma pode ter consequências prejudiciais, pois a representação desses grupos como Monstros pode contribuir para sua exclusão e marginalização na sociedade pobre, particularmente, aponta-se aqui, uma tentativa indireta dos países influentes no Mercado Mundial para atrofiar as crenças, conscientização e reconhecimento da situação da classe trabalhadora. Portanto, é importante considerar como a cultura popular pode perpetuar estereótipos negativos e como isso pode afetar a percepção e auto percepção desses grupos na sociedade. Ao examinar essas questões críticas, pode-se desenvolver uma compreensão mais abrangente e crítica sobre as relações entre cultura popular, estigma e marginalização.

A partir de Aguiar (2013, p. 67-73) pode-se apontar o Halloween, como um evento cultural de origem euro-estadunidense, permeado por valores ideológicos perpetuados pela mídia e outros canais de comunicação de massa. A mídia é responsável pela transmissão de ideias, valores e convicções filosóficas, sociais e políticas que moldam os padrões culturais dominantes e as diferentes formas de expressão cultural. Os meios de comunicação de massa são os principais veículos para esta transmissão de ideologia, e a classe que controla os meios de produção é também a produtora de ideias e valores que guiam as ações e pensamentos individuais — tal como o filme de 1988 dirigido por John Carpenter, *Eles Vivem*.

Na celebração do Halloween, a partir de Aguiar (2013, p. 67-73), é claro que a influência da mídia cria imagens e representações que correspondem aos interesses da classe dominante. Por exemplo, o valor mecanicista é usado para fazer com que os trabalhadores vejam seus trabalhos como positivos e dignos enquanto, na realidade, eles estão sendo explorados. Esta ideologia constrói falsas representações da realidade, invertendo a realidade para manter a conformidade da classe trabalhadora com os valores estabelecidos pela classe dominante — que é muito além do que a sociedade do simulacro, pois é parte de uma realidade artificial.

Além disso, a partir de Aguiar (2013, p. 67-73) registra-se que o Halloween também é utilizado como ferramenta para perpetuar os valores ideológicos, particularmente aqueles relacionados à conformidade social e à padronização cultural. Através da celebração deste evento, a mídia e outros canais de



comunicação de massa reforçam a ideia de que as pessoas devem se adequar aos padrões sociais estabelecidos, incluindo a adoção de comportamentos específicos, roupas e até mesmo a compra de produtos específicos relacionados ao Halloween.

Em resumo, a partir de Aguiar (2013, p. 67-73) pode-se argumentar que o Dia das Bruxas é um evento cultural permeado por valores ideológicos perpetuados pela mídia e outros canais de comunicação de massa. Estes valores moldam padrões culturais dominantes e diferentes formas de expressão cultural, e são usados como uma ferramenta para manter a conformidade da classe trabalhadora com os valores estabelecidos pela classe dominante.

Portanto, defende-se nessa pesquisa, a indústria cultural emprega a ficção e a cultura popular para produzir e difundir imagens e representações de monstros que servem aos interesses da classe dominante. Esse processo é viabilizado mediante a utilização de valores ideológicos. A mídia e outros canais de comunicação de massa são os principais meios de difusão dessa ideologia, e a classe que detém o controle dos meios de produção é responsável por produzir ideias e valores que orientam as ações e pensamentos individuais — um condicionamento, por meio do estabelecimento de referências, do corpo físico e psíquico. O Halloween é uma das formas utilizadas por essa indústria para reforçar a ideia de que as pessoas devem aderir aos padrões sociais estabelecidos, incluindo comportamentos específicos, roupas e a aquisição de produtos correlatos. Assim, a ficção e a cultura popular, aponta-se nessa pesquisa, são empregadas pela indústria cultural para criar e perpetuar a ideia de monstros como metáfora da condição social e econômica precária, reforçando valores ideológicos que mantêm a conformidade da classe trabalhadora com os interesses da classe dominante.

Esta pesquisa pretende investigar o papel dos monstros como mecanismos de enfrentamento e defesa em diferentes contextos, bem como compreender como é a criação e perpetuação dessas imagens no Halloween. Isso é, como os monstros são utilizados como uma forma de defesa em diferentes contextos, incluindo o Halloween, compreender como a criação de monstros pode ser uma metáfora das condições sociais e econômicas precária e investigar o papel da ficção e da cultura popular na criação e perpetuação dessas imagens nos eventos de Halloween.



Levando em conta as seguintes problemáticas: Como a *estigmatização* de grupos étnicos e culturais como “monstros” afeta a percepção desses grupos na sociedade? Como os estereótipos negativos são perpetuados através da criação de personagens monstruosos na cultura popular? Como as imagens de monstros são utilizadas para justificar a exclusão e marginalização de certos grupos sociais e quais são as consequências disso na sociedade? — que embora muito excelentes, não estão aqui para serem respondidas completamente².

A pesquisa proposta tem grande relevância acadêmica por abordar temas importantes e atuais relacionados à cultura popular, à *estigmatização* de grupos sociais e aos mecanismos de enfrentamento e defesa desse grupo. Através da análise da criação e perpetuação de personagens monstruosos, a pesquisa contribuirá para o entendimento de como essas imagens são utilizadas para reforçar estereótipos negativos e justificar a exclusão e marginalização de certos grupos sociais.

Além disso, a pesquisa também tem relevância para o profissional de marketing de Halloween, que frequentemente utiliza imagens de monstros e criaturas assustadoras em suas produções. Ao entender melhor o papel dessas imagens na cultura popular e na sociedade, os profissionais de marketing poderão criar produções multimídias mais conscientes, que não reforcem estereótipos negativos e não marginalizem grupos sociais.

A relevância social da pesquisa é evidente, já que a *estigmatização* de grupos étnicos e culturais como “monstros” tem consequências reais e prejudiciais na vida desses grupos. Ao entender melhor como essa *estigmatização* ocorre e conforme perpetuada na cultura popular, podemos buscar formas de filtrar e promover uma sociedade mais justa e igualitária.

Por fim, a pesquisa também tem relevância pessoal para o autor deste projeto, que busca entender melhor como as imagens de monstros são utilizadas como metáfora das condições sociais e econômicas precárias, e como essas imagens podem ser utilizadas como mecanismos de enfrentamento e defesa por grupos marginalizados.

² Isso significa que estão aqui para deixar uma ponta do parafuso a ser preso na parede das questões sociológicas, psicológicas, portanto, humanistas.



METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa aborda a *estigmatização* de grupos étnicos e culturais como "monstros" na cultura popular, particularmente durante o Halloween. Ela usa uma abordagem interdisciplinar que combina diversos métodos qualitativos, além da análise crítica de mídia. A metodologia inclui revisão da literatura para identificar teorias e conceitos relevantes, coleta de dados de mídia relacionada ao Halloween e monstros, análise qualitativa desses dados, e consideração de várias disciplinas, como sociologia e marketing. O objetivo é compreender as representações de monstros e seu impacto social, bem como promover uma sociedade mais justa e igualitária.

HALLOWEEN MUNDIALMENTE

De acordo com Yousaf (2021, p. 87), o culto do festival de Halloween é *enculturado* por meio da mitologia e se transforma em um culto de consumo híbrido na sociedade euro-estadunidense. Evidências historiográficas ilustram como o Halloween foi sendo cristianizado e transformado em uma tradição religiosa pagã do norte europeu desde a sua adaptação ao processo de enculturação pela igreja primitiva, visando lembrar os mortos nas maneiras de enganá-los e tratá-los. Os eventos de Halloween têm a capacidade de iluminar a intrínseca história medieval das origens celtas do Halloween, etimologia do festival de Samhain, rito de passagem e os ritos religiosos praticados nos Estados Unidos em relação ao Halloween, mostrando como evoluiu do paganismo para o *neopaganismo* e como a mitologia foi glorificada *materialisticamente* na cultura do consumo, indústria cultural.

No século XIX, conforme Yousaf (2021, p. 87), os rituais de Samhain chegaram à América com a migração dos irlandeses — presume-se que tais não foram a passeio para terras da colonização inglesa, mas como mão de obra de batalhas vencidas ou devido à escassez de recursos básicos. Atualmente, este festival é infundido com tradições folclóricas e carnavalescas. A trajetória do Halloween penetra em suas raízes desde o discurso até as implicações práticas, incorporando a cultura euro-estadunidense e tornando-se materializada.

Segundo Yousaf (2021, p. 88), depois do Natal, o Halloween é o segundo maior festival comemorado em todo o mundo, principalmente no mundo ocidental como feriado secular mundial. A missão do Halloween originou-se na



região da Europa, especificamente na Irlanda, onde os habitantes praticavam tradições seculares, como acender fogueiras e usar fantasias estranhas para enganar as entidades no mundo exterior, particularmente os fantasmas na chegada do inverno. Nisso pode-se observar uma cultura hereditária, ou hereditariedade cultural, ou seja, um habito cultural, um código linguístico de expressões que são passadas pelos antepassados.

Com a descoberta das Américas, conforme Yousaf (2021, p. 88), as tradições culturais viajam com a consciência coletiva e sua solidariedade, juntamente com os padrões comportamentais naturais, como a migração humana. Pode-se conectar a mitologia do caldeirão incorporado na América com o exemplo do povo irlandês e suas raízes conectadas com as crenças religiosas celtas, tradições e práticas cultivadas e observadas muito proeminentemente não só na América, mas em todo o mundo, devido à sua amalgamação com o cristianismo. A observância moderna do Dia das Bruxas, Dia de Ação de Graças, Dia de Finados e outras festividades populares são praticadas particularmente nas Américas de hoje, no Canadá e nos países europeus, e comemoradas globalmente como cultura popular euro-estadunidense.

De acordo com Yousaf (2021, p. 89), a origem do Halloween remonta ao festival celta de Samhain, que foi celebrado por milhares de anos. Esse festival marcava o fim do verão e o início do inverno, época em que a colheita era realizada pelos celtas. Acreditava-se que durante esse período, o véu entre o mundo dos vivos e o mundo dos mortos se tornava mais tênue, permitindo que os mortos se aproximassem e interagissem com os vivos. Dependendo de suas emoções em relação ao mundo dos vivos, os mortos poderiam trazer sorte ou azar, prejudicando colheitas ou até mesmo causando danos às pessoas.

Segundo Yousaf (2021, p. 89), essa crença foi incorporada pelos celtas em suas celebrações religiosas, e a igreja cristã cristianizou posteriormente o festival. Com o passar do tempo, o Halloween evoluiu para uma celebração secular, tornando-se uma festividade popular em todo o mundo ocidental — assim como mostra no filme *Abracadabra 2* com roteiro de Jen D'Angelo e direção de Anne Fletcher.

A partir do estudo de Yousaf (2021, p. 89), pode-se concluir que o Halloween tem suas raízes em tradições pagãs e religiosas celtas, mas sua popularização e expansão global ocorreram por meio de processos de “migração



humana” e disseminação cultural, principalmente pela indústria cultural. Ainda hoje, o Halloween é uma das festividades mais populares em todo o mundo, celebrado tanto como uma tradição folclórica quanto como um evento comercial de grande porte.

Diante de tudo se nota que o Halloween é uma festividade que teve suas origens em tradições pagãs e religiosas celtas, mas que se popularizou globalmente por meio de processos de migração humana e disseminação cultural por meio da movimentação do Mercado Mundial. A sua trajetória ilustra a evolução do paganismo para o *neopaganismo* e como a mitologia foi materializada na cultura do consumo, indústria cultural. O Halloween é atualmente uma das festividades mais populares em todo o mundo, celebrado tanto como uma tradição folclórica quanto como um evento comercial de grande porte, movimentando a economia de diversos países. A relação ecossistêmica entre diferentes atores sociais e a complexidade desses eventos também são evidenciadas por Borges (2020).

Revista
Transversal
UNIESP S.A.



MONSTROS E ESTIGMATIZAÇÃO

Nota-se que a *estigmatização* é um mecanismo de exclusão social – que também é mecanismo de impedir algo estranho entre os órgãos ou membros do corpo social, que se pensa aqui como um corpo orgânico – baseado na crença errônea de que uma característica física, comportamental, expressão dos processos cognitivos define o caráter moral e integridade psíquica das pessoas – o código comportamental do que o corpo social está familiarizado. Os monstros³ retratados pelos meios de comunicação e eventos de Halloween perpetuam a *estigmatização*, já que são marcados por características corporais, psíquicas e sociais que conferem um valor negativo às pessoas que as possuem – ou seja, o *infamiliar*. Essas marcas podem levar essas pessoas a se distanciar (impelir, afastar, imobilizar) do acesso aos bens materiais e simbólicos da sociedade, incluindo a saúde [biopsicossocial]. A indústria cultural também retrata monstros frequentemente afastados da vida social, como se fossem varridos para as margens do imperceptível. As marcas físicas e sociais dos monstros na mídia são inúmeras.

Essa associação — originalmente desta pesquisa — entre *estigmatização* e monstros na mídia pode ser entendida como uma forma de *reforçar as normas sociais e os padrões estéticos dominantes na sociedade*. Assim como os monstros são retratados como figuras que desafiam esses padrões e são marginalizados por isso, *as pessoas que sofrem estigmatização devido a suas doenças, infecções e inúmeras condições também são vistas como desviantes e excluídas*. Ambas as figuras são construídas como "outros", que não se encaixam na norma social e, portanto, precisam ser excluídas e marginalizadas [?]. No entanto, essa assimilação com monstros na mídia só reforça a injustiça da *estigmatização*, já que ninguém escolhe ter uma doença, infecção ou determinada condição, assim como nenhum monstro escolhe ser o que é – em exceção dos casos dos antagonistas que estão próis um cenário dicotômico da moral e embaralham as livres vontades.

Portanto, aponta-se que assim como na ficção de monstros, onde muitas vezes a aparência ou comportamento "diferente" são utilizados para criar medo

³ Originado do latim "Monstrum" (Aquele que revela, Aquele que adverte), o ser monstruoso tem deixado sua marca em todas as culturas ao longo da história da humanidade. Ele persiste, adaptando-se constantemente a diversos contextos culturais, refletindo como um espelho de seu próprio tempo.



e afastamento, conseqüentemente evidencia-se que na realidade a *estigmatização* implantada implicitamente na figura dos “Monstros” de Halloween também utiliza desses estereótipos. Essa associação com monstros pode ser vista em várias representações midiáticas, onde personagens com deformidades ou comportamentos considerados estranhos são retratados como figuras assustadoras, ou quando se percebe que o monstro vive em um local afastado, ora pouco frequentado, sempre com a ideia de ser algo inconcebível, inalcançável e *mal-pressagioso*⁴. No entanto, é importante lembrar que a *estigmatização* afeta pessoas reais, com realidades, e que muitas vezes essas pessoas são as mais vulneráveis e marginalizadas da sociedade. É crucial que os profissionais estejam cientes dessas questões e trabalhem ativamente para combater a *estigmatização*, garantindo assim que todos tenham acesso à cultura, lazer, entretenimento, trabalho, tratamentos e cuidados dignos, independentemente de sua aparência ou condição biopsicossocial⁵.

De que forma o estigma começa? A origem do termo remonta à Grécia antiga, onde escravos, criminosos e prisioneiros de guerra eram marcados para indicar sua condição de dominados e excluídos da participação na Polis. Esses sinais visíveis identificavam indivíduos que não eram considerados cidadãos e que não podiam decidir sobre suas vidas, demarcando uma relação de poder e subordinação que impedia a expressão de seus desejos e opiniões e o acesso a bens comuns (SCAMBLER, 2009).

⁴ Um monstro é uma figura que está sempre na entrada de lugares nunca visitados, ou seja, lugares inconcebíveis. Procure por "COMO CRIAR MONSTROS: destaque sua história criando personagens para literatura, game, rpg, quadrinhos" do professor Dr. Alexander Meireles da Silva.

⁵ Monstros, personagens os quais tão grosseiramente se lê e escreve como criaturas pejorativas, estacionadas a classificação fechada de monstruosas, tal como apresentado no objeto de estudo do Adriano Messias...

Lovecraft, por outro lado, faz com que estas imagens, sem perceber, pareçam uma grande ideia de defesa e um belíssimo mecanismo de enfrentamento. Por exemplo, o monstro é invocado por um sofrido e perseguido (meu) grupo étnico que procura formas de se defender contra um grupo hegemônico euro-estadunidense, um meio para os enfrentar. Nada melhor do que um monstro para defender o acesso a uma área. Ninguém entra neste lago porque há um monstro, ninguém vai lá porque há um monstro, ninguém diz uma certa palavra porque um monstro pode aparecer — como as palavras mágicas que invocam a vida no Slappy em Goosebumps de R. L. Stine. A condição hedionda afasta as pessoas, e nisto o monstro preserva a sua zona de conforto suja, o seu Hotel Transylvania.

Os monstros podem ser tão nojentos e odiosos como são frágeis e infelizes, tendo em vista as feridas que possuem, ditos de Freaks por Tod Browning ou dos roteiros de David Safier. Embora os monstros sejam facilmente desmascarados, até mesmo por um dogue alemão marrom ou por um cão covarde sem raça definida de tons rosa-manchados. Igualmente, monstros são facilmente esquecidos e podem ser mortos, ressuscitados, varridos para fora do centro urbano, quer dizer, se houver uma tocha na sua mão para os empurrar. Por isso, com honras, sou grato à ficção que pode ser realidade e aos monstros que podem ser boas metáforas das condições solitárias e hediondas da (minha) precariedade socioeconômica.



Existem muitos exemplos históricos de marcas corporais que estigmatizam pessoas por diferentes razões. Na Antiguidade, infecções e doenças contagiosas eram interpretadas como punições religiosas por pecados ou maldições, tornando-se exemplos de estigma (ROTBERG, 1978). Na Era Cristã, a ideia de possessão adquiriu um sentido de culpa e maldade, e as pessoas que sofriam de ataques epiléticos foram fortemente estigmatizadas (SCAMBLER, 2009). Outras marcas corporais, como feridas, bolhas e lacerações, adquiriram sentidos religiosos e morais, delimitando o lugar social das pessoas que as possuíam (COSTA, 2017) — tal como visto no personagem de Marc Menchaca, Jack Hoskins em *The Outsider* de Richard Price, adaptação do livro de Stephen King. Na Idade Média, a Hanseníase era vista como sinal de pecado e motivo de exclusão e isolamento social das pessoas afetadas pela doença (MANJUNATH, 2012). Evidencia-se que, aos olhos do Mercado Mundial, na era atual a maior marca, doença e infecção é a pobreza, portanto, o maior estigma é sobre essa.

Com o tempo, o estigma deixou de ser uma marca física e passou a ser uma marca simbólica produzida pelo olhar e interpretação do outro. O estigma passou a expressar algo indigno que marca a totalidade dos atos de uma pessoa. Tanto a marca física infringida pelo outro para demonstrar poder quanto a marca moralmente atribuída para demonstrar uma deformidade de caráter são complementares e apontam para a destituição dos direitos, privilégios ou prestígio de pessoas ou segmentos sociais em função de valores e interesses de pessoas ou grupos com poder para ditar normas que lhes favoreçam.

O estigma e a saúde estão relacionados em diferentes circunstâncias. O sofrimento de pessoas com infecções e doenças *estigmatizantes* é agravado pela vergonha, medo de exposição, auto isolamento e culpa. Pessoas estigmatizadas por características físicas, étnico-raciais, sexuais ou comportamentais podem se afastar dos serviços de saúde, entretenimento e lazer por medo de rejeição ou maus tratos (MONTEIRO E VILLELA, 2013; ZAMBENEDETTI & BOTH, 2013; EW et al., 2018; VENTURA et al., 2020) — similar à situação dos monstros.

De acordo com Erving Goffman (1988), sociólogo canadense, a presença do estigma nas interações sociais estabelece a distinção entre aqueles que são diferentes e estranhos daqueles que são iguais, normais e desejáveis. Goffman



observou que diversas culturas criam crenças, práticas e normas sociais que visam manter a coesão — diga-se aqui que tais sejam expressas pela ideologia —, sendo que o estigma é um mecanismo utilizado para excluir aqueles que não seguem esses padrões — ou enfraquecer a coesão social de um grupo. A pessoa estigmatizada é desacreditada pelo seu grupo social e pode sofrer humilhações, *ridicularizações* e outras formas de segregação que dificultam a sua integração na sociedade — fazendo do mecanismo de *estigmatização* uma ferramenta de desavenças em grupos constituídos. Por outro lado, aquele que estigmatiza pode reagir de forma indiferente ou até mesmo desqualificadora, como por exemplo através da superproteção, infantilização ou negação do direito à autonomia e privacidade.

Vejamos na prática correlacionando a poesia ao que discutimos até este ponto (LETRAS, 2023, s/p):

“FROLLO: Ah, meu caro Quasímodo, você não é conhecedor da vida lá fora / Eu sou / Eu sou.
O Mundo é cruel, perverso / Eu sou seu único amigo na cidade / Confie só em mim / Eu que o alimento, ensino e visto / Medo de você nunca senti / Para protegê-lo eu insisto, fique sempre aqui / Pra quê sair?
Lembre-se do que eu lhe ensinei, Quasímodo
Seu aleijão (Quasímodo: Meu aleijão) / É muito feio (Quasímodo: É muito feio) / O mundo não tem muita pena deste crime / Você tem que entender (Quasímodo: O mestre me protege) / Vão tratá-lo como a um monstro (Quasímodo: Eu sou um monstro!) / Destas coisas é que o povo ri (Quasímodo: Sou só um monstro) / Não provoque reações desagradáveis / Fique aqui. Confie (Quasímodo: Confio!) / E agradeça! (Quasímodo: Sou grato!) / Eu vou mandar você ficar aqui! (Quasímodo: Ficar aqui!).
QUASÍMODO: O senhor é bom, Mestre. Perdão! / FROLLO: Está perdoado. Mas lembre-se, Quasímodo, este é o seu santuário / QUASÍMODO: Meu santuário...
QUASÍMODO: Salvo entre os peitoris de pedra e o carrilhão / Aqui dentro a alegria some / Toda minha vida eu vivi na solidão / Não ter liberdade me consome / Preso aqui em cima vi pessoas / Eu conheço todas pelo nome / Toda minha vida eu imaginei descer / Ir até lá, passear lá / Lá fora como alguém comum / Me dê um dia ao Sol basta apenas um / Pra ser lembrado / Se der numa ocasião qualquer / Se eu sair se eu puder quero ir a onde der.
Lá fora vejo tecelões, moleiros e casais / Os seus rostos mostram o que sentem / Gritam, xingam levam suas vidas tão normais / Essa é a vida que me cai bem / Agora para mim a hora é de, enfim, ver / Se der Rio Sena e além / Cada manhã que houver / Quero ser alguém / Que vai a onde bem quer / O meu dia se vier / E ele vem / Um sequer / Digo amém se estiver tudo bem / Quando der / Vou também / Se Deus quiser”.

A poesia "Lá Fora" aborda a relação entre Quasímodo e seu mestre, Frollo, destacando como a deformação física de Quasímodo leva à sua prisão em uma torre. A narrativa explora a *estigmatização* de pessoas com aparências diferentes, associando-as a "monstros". A conexão entre a *estigmatização*



vivenciada por Quasímodo e a generalizada na sociedade é evidente. A poesia ressalta a importância de não julgar com base na aparência, enfatizando como o estigma prejudica a vida das pessoas. Os parágrafos iniciais da seção ampliam esse tema, mostrando como a *estigmatização* leva à exclusão social e impacta o acesso a recursos sociais. A passagem crítica aprofunda o entendimento, explorando as origens históricas do estigma e suas implicações para a saúde e integração social. A abordagem combinada dessas partes destaca a complexidade do estigma, abrangendo aspectos emocionais, sociais e históricos. A conclusão destaca a necessidade de combater a discriminação para criar uma sociedade mais justa e inclusiva, sugerindo não julgar os pensamentos, comportamentos e proceder das pessoas devido ao que parece — nem sempre o que parece é —, pois há uma complexidade emocional subjacente.

IDEOLOGIA E A SUPERESTRUTURA DOS "ESTRANHOS SINISTROS"

O texto de Aguiar (2013, p. 67-69) trata da relação entre ideologia e meios de comunicação de massa na sociedade capitalista. Os meios de comunicação são o principal veículo para transmitir valores e ideias ideológicas, geralmente da classe dominante, visando conformar os pobres aos padrões culturais dominantes. Nessa sociedade, é difícil aceitar e defender ideias contestadoras, pois não há espaço para sonhos e utopias.

A ideologia, conforme Aguiar (2013, p. 67-69), é um conjunto de ideias e valores que orientam as ações e os pensamentos do indivíduo – sendo um o corpo moral e outro o corpo psíquico⁶. As ideias produzidas na sociedade industrial problematizam a noção de consciência, atrofiando o processo histórico e o desenvolvimento da consciência coletiva gerando um possível condicionamento ao *plastticismo-apático*⁷. As ideias, representações da realidade, pensamentos e conceitos não são frutos espontâneos da consciência humana, mas reflexos ideológicos das relações sociais dadas pelas relações de produção dos bens materiais concretos entre seres humanos.

⁶ Para ler mais sobre o conceito de *corpus moralis* e *corpus psychicus* busque pelo artigo “A COMUNIDADE GÍMNICA: um breve pensar a partir da identidade-referência e o “ginasta”.

⁷ Conceito que refere-se a flexibilidade comportamental e psíquica à apatia a partir de uma adaptação de uma demanda ou condicionamento do meio externo.



A superestrutura, conforme Aguiar (2013, p. 67-69), é formada de ideias, moralidades, religiões, leis e organização política que se manifestam como reflexo ou eco da vida material das pessoas. A ideologia, compreendida assim como uma superestrutura construída com base na estrutura econômica, deixou de fazer sentido como elemento isolado. As ideias dominantes na ideologia refletem e legitimam o poder da classe social que domina a esfera da produção material, pois é essa classe que controla tanto os meios de produção material quanto os meios de produção imateriais — ou seja, tanto o modelo para o corpo psíquico quanto para o corpo moral.

A ideologia, conforme Aguiar (2013, p. 67-69), serve para os interesses da classe dominante e transformar os interesses de toda a coletividade a fazer a ideologia de uma época. Mecanismos são criados para que os trabalhadores vejam um trabalho como algo positivo e não percebam a exploração, contribuindo cada vez mais para a manutenção dos privilégios da classe detentora dos meios de produção. Desenvolve-se assim uma falsa consciência que é um conceito da ideologia dominante, uma falsa consciência que submete ainda mais os trabalhadores aos patrões por meio da propagação de ideias que levam ao conformismo e aceitação de padrões de comportamento que não são do seu interesse. Atualmente um dos modelos de comportamento e pensamento reverenciado pelos meios organizacionais é, aqui ponta-se, o apático.

Por outro lado, o filósofo italiano Gramsci, conforme Aguiar (2013, p. 67-69), afirma que as classes dominadas também possuem sua própria ideologia. A ideologia é uma concepção de mundo, formas culturais compartilhadas por grupos sociais que atribuem sentido à sua experiência de vida. No processo de dominação, há uma disputa de influência preponderante exercida por um grupo ou classe social sobre outro, e não apenas nas economias. Nesse processo de dominação, há uma disputa de hegemonia em que a massa dos homens oprimidos não é mera reprodutora dos valores dominantes, mas desenvolve sua própria ideologia com a ajuda de intelectuais.

Percebe-se que entre as expressões culturais existe uma relação peculiar que se refere à ideologia e aos meios de comunicação em massa. Os meios de comunicação em massa são o principal meio de propagar os valores e conceitos ideológicos, frequentemente provenientes da elite dominante, para adaptar os menos favorecidos aos padrões culturais preponderantes e deixar à margem o



que não se adequa a esse padrão, ou seja, o que é rotulado, estigmatizado, marginalizado e considerado "estranho sinistro" e ameaçador – isto posto, "estranho sinistro" é um termo *baumaniano* que se refere a população que constitui a cultura popular e é jogada às margens porque não é compacta a passar pelo processo *antropoêmico* das comunidades postuladas, mas sim antropofágico. Em uma sociedade capitalista, é complexo acolher e sustentar ideias que questionam o sistema vigente, ou seja o modo de operar concebido, pois não há espaço para aspirações e projetos utópicos.

Nesta investigação, a partir de Aguiar (2013, p. 67-69), o conceito de ideologia é mais frequentemente entendido como a crença filosófica, religiosa ou política que fundamenta nossos pensamentos e comportamentos. É considerada como o conjunto de ideias e valores que guiam as ações e os pensamentos do indivíduo com base no que eles acreditam. As ideias geradas em uma sociedade industrial apresentam, ao contrário do que se pensa, uma complexidade na noção de consciência, inibindo o processo histórico e o desenvolvimento da consciência coletiva. A realidade material reflete o constante aprimoramento e evolução da consciência e da razão humana, tanto do lado burguês quanto do lado do proletariado. Ideias, representações da realidade, pensamentos e conceitos não são frutos espontâneos da consciência humana, mas reflexos ideológicos das relações sociais estabelecidas pelas relações de produção dos bens materiais concretos entre seres humanos – isto é, um cabo de guerra, pois ora é reflexo da ideologia dominante, ora da ideologia dominada, embora a última esteja menos frequente, que por sua vez representa também a fluidez do lugar de poder condicionado pelo estado de *referência identitária*, ou seja, ora o poder está aqui, entre a classe dominada, ora não está mais, embora quando está entre a classe dominada é notável uma retardação no seu movimento e processos, há uma velocidade maior nos processos e movimentos quando o lugar do poder é atribuído e estada na classe dominante.

Além disso, afirma-se aqui, que é importante destacar que entre a circulação das ideias dos valores dominantes, entre os indivíduos de todas as classes, encontram-se também as representações dos monstros do Halloween, que podem ser interpretadas como uma metáfora – aos mais pobres – da superestrutura da classe dominante sobre a realidade que corresponde aos seus interesses de classe de *burgões* e *burgonetes*, ou seja, grande e pequeno



burguês. Essas representações são produzidas e disseminadas pelos meios de comunicação de massa, controlados pela classe dominante e servem para reforçar a sua visão de mundo e seus valores. Dessa forma, a ideologia não é apenas um conjunto de ideias abstratas, mas se manifesta de forma concreta na cultura e nas práticas cotidianas das pessoas. A análise crítica da ideologia é fundamental para que se possa compreender como as relações sociais de produção se refletem nas representações e valores culturais, e para que se possa lutar por uma transformação social que busque a emancipação das classes menos prestigiadas e a construção de uma sociedade mais justa e igualitária.

Ressalta-se nesta pesquisa que a relação entre a ideologia e os meios de comunicação de massa é uma das questões mais importantes na sociedade contemporânea. Os meios de comunicação são responsáveis pela circulação das ideias ideológicas e utilizam frequentemente o Halloween e a representação de monstros como forma de fazer analogias a condições sociais dos mais pobres, reforçando estereótipos, atrofiando a conscientização e reconhecimento dos preconceitos em relação às classes mais baixas. Isso acaba contribuindo para a manutenção dos privilégios da classe detentora dos meios de produção, ao desenvolver uma falsa consciência que submete ainda mais os trabalhadores aos patrões por meio da propagação de ideias que levam ao conformismo e aceitação de padrões de comportamento que não são do seu interesse.

O filósofo italiano Gramsci argumenta que as classes dominadas possuem sua própria ideologia, o que revela a existência de um jogo de forças entre as classes sociais (AGUIAR, 2013, p. 67-69). Constata-se que a ideologia é uma concepção de mundo e formas culturais que atribuem sentido à experiência de vida de um grupo social. Nesse sentido, as classes mais baixas se apropriam da figura do monstro, como um mecanismo de defesa e enfrentamento da opressão imposta pela classe dominante, formada por *burgões* e *burgonetes*. Quando a força de atrofiamento da consciência é superada, a metáfora do monstro é reconhecida e incorporada como parte da identidade da classe trabalhadora, que se orgulha de sua resistência como monstros aos olhos dos *burgos*. Durante o processo de dominação, há uma disputa de influência exercida por um grupo ou classe social sobre outro, em que a ideologia é utilizada como uma arma na guerra de corda pela hegemonia.



Entretanto, a massa dos homens oprimidos não é simplesmente reprodutora dos valores dominantes, mas desenvolve sua própria ideologia com a ajuda de intelectuais comprometidos com a luta pela emancipação social.

É importante ressaltar que a ideologia não é apenas uma questão de classe social. Ela também se relaciona com questões de gênero, raça e outras formas de marginalização social (AGUIAR, 2013, p. 67-69). O conceito de "estranho sinistro" é uma metáfora que faz analogia à condição dos grupos sociais marginalizados, que são estigmatizados e [supostamente] vistos como "monstros". Nesse sentido, os monstros quando não reconhecidos, conscientizados e não superados a força de atrofiamento imposta pela classe dominante são a representação de valores ideológicos que servem para interromper uma possível hegemonia da superestrutura da classe dominada.

Nota-se que essa hegemonia se mantém por meio da reprodução de valores e normas que favorecem a classe dominante, muitas vezes a partir de uma visão que desumaniza e estigmatiza aqueles que são diferentes, seja por sua raça, orientação sexual, identidade de gênero ou outras formas de marginalização social. Os monstros, assim como os estranhos sinistros, são vistos como uma ameaça à ordem social estabelecida, uma vez que representam uma possibilidade de subversão dessa ordem.

Afirma-se que a metáfora do monstro, portanto, permite visualizar essas relações de poder que se estabelecem a partir da marginalização de determinados grupos sociais. Ao mesmo tempo, ela também permite uma reflexão sobre como esses grupos podem resistir a esses valores e normas opressoras, muitas vezes a partir da reivindicação de suas diferenças e da valorização de sua própria identidade, constituindo-se seus mecanismos de enfrentamento e defesa como classe.

Assim, a compreensão dos monstros como representação de valores ideológicos que tentam interromper a possibilidade de uma hegemonia dos marginalizados, e que também possibilitam uma acessão de conscientização e reconhecimento quando identificado, é fundamental para se entender como se dão as relações de poder na sociedade contemporânea. A luta contra essa opressão passa pela valorização da diversidade e pela construção de uma sociedade mais inclusiva e justa, que reconheça e respeite as diferenças e singularidades de cada indivíduo.



ESFERAS GASOSAS DA CULTURA CENTRAL

A cultura é uma produção humana constituída por práticas, saberes, valores e normas que variam conforme o grupo humano em que são formuladas e assim fazem parte da superestrutura (AGUIAR, 2013, p. 71-72). Percebe-se que a cultura tem múltiplas facetas, constituindo diferentes esferas gasosas que se atravessam e absorvem o sujeito que por elas caminha. Ao adentrar essas esferas, o sujeito respira seus valores e práticas, incorporando suas composições ao corpo orgânico que nesta ocasião é o corpo psíquico, tal constituído pela imagens mentais e registros de cognição, podendo se identificar ou não com elas.

Existem diferentes tipos de cultura, incluindo a cultura popular e a cultura erudita. A cultura popular é formada por elementos culturais de origem ligados às classes dominadas, enquanto a cultura erudita tem sua origem ligada à classe dominante e é produzida por visões e produtos de mundo da elite, opondo-se à cultura popular (AGUIAR, 2013, p. 71-72).

Com o desenvolvimento dos meios de comunicação, surgiu a cultura de massa, produzida pelos meios de comunicação para as massas urbanas homogêneas e ligadas a interesses comerciais (AGUIAR, 2013, p. 71-72). Seu crescimento tende a apagar o brilho da cultura popular e da cultura erudita.

Entende-se que o Halloween é um exemplo de como a cultura erudita e a cultura popular se incorporam à cultura de massa como manifestação artística e cultural em uma sociedade marcada pelas relações de poder estabelecidas entre as classes sociais – como já mencionado. Nessa pesquisa, é importante entender como essas representações culturais emergem e como as ideologias da classe dominante e da classe dominada influenciam essas visões de mundo por meio do ar que absorve dessas esferas – cultura popular, erudita e de massa.

A cultura de massa, por vezes, pode restringir as possibilidades individuais de interpretação e escolha, levando à padronização cultural e à limitação do pensamento criativo (AGUIAR, 2013, p. 71-72). Isto posto, tal pode ser observado na maneira não crítica de como os monstros são frequentemente retratados como ameaçadores no contexto urbano central. Sua aparência disforme e anormal é vista como intolerável para a cultura homogeneizada do centro que embora não passe por um senso crítico, é transmitida pela reprodução da cultura de massa de horror no Halloween. Ao serem carregados



de metáforas implícitas, os monstros são utilizados para segregação de imagens que não se encaixam nas normas da cultura central, colocando-as à margem do imperceptível.

Entende-se que as celebrações de Halloween são permeadas por valores e tradições das culturas centrais que ajudam a definir sua identidade. A ficção desempenha um papel fundamental na disseminação desses valores ideológicos, refletidos nas vestimentas e aparatos utilizados nas celebrações — aspectos que forjam uma realidade artificial que se assemelha à sombra de uma superestrutura ideológica de uma sociedade de consumo. No entanto, muitos desses valores estão enraizados em estigmas do passado que associam grupos étnicos e culturais estigmatizados com a ideia de monstros, contribuindo para sua exclusão e marginalização na sociedade — é curioso como os monstros estão sempre afastados do centro urbano, mas localizados distantes da civilização.

Percebe-se que essa associação pode ser vista como uma tentativa indireta dos países influentes do mercado mundial para atrofiar as crenças, conscientização e reconhecimento da situação das classes trabalhadoras e mais pobres – isto é, no cabo de guerra da superestrutura, a classe dominante tentando atrofiar a superestrutura da classe dominada. O mercado mundial se infiltrando na cultura popular pode fazer perpetuar estereótipos negativos e, por isso, afetar a percepção e auto percepção dos grupos pobres na sociedade.

Nota-se que o Halloween é uma celebração permeada por valores ideológicos perpetuados principalmente pela midiática cultura de massa. A mídia é responsável pela transmissão de ideias, valores e convicções filosóficas, sociais e políticas que moldam os padrões culturais dominantes. Infelizmente, os valores predominantes são reflexo das normas das culturas centrais, que normalmente desprezam diferentes formas de expressão cultural — e quando não desprezam explicitamente, desprezam ocultamente.

Entende-se que os meios de comunicação de massa são os principais veículos para a transmissão de ideologia e a classe que controla os meios de produção é também a produtora de ideias e valores que guiam as ações e pensamentos individuais. A mídia cria imagens e representações que correspondem aos seus interesses e aos interesses da classe dominante que se filtram na cultura popular. Esta ideologia constrói falsas representações da



realidade, invertendo-a para manter a conformidade da classe trabalhadora com os valores estabelecidos pela classe dominante.

Nota-se que o Halloween é uma ferramenta da cultura de massa para perpetuar os valores ideológicos das culturas centrais, particularmente aqueles relacionados à conformidade social e à padronização cultural. Através da celebração desse evento, reforçam-se ideias de que as pessoas devem se adequar aos padrões sociais estabelecidos, incluindo a adoção de comportamentos específicos, roupas e até mesmo a compra de produtos relacionados ao Halloween.

Infelizmente, percebe-se que esses valores e diferentes formas de expressão cultural são usados como uma ferramenta para manter a conformidade da classe trabalhadora com os valores estabelecidos pela classe dominante. Isso resulta em uma perda da diversidade cultural e limita as possibilidades individuais de interpretação, escolha e até mesmo de pensamento. Portanto, é importante questionar os valores e ideologias presentes nas celebrações de Halloween e em outras formas de cultura de massa, a fim de promover uma sociedade mais justa e inclusiva.

CONCLUSÃO

Esse trabalho sugeriu uma análise fantástica da representação de monstros no contexto do Halloween e sua possível relação com populações marginalizadas que enfrentam desafios econômicos, de saúde, lazer e inclusão em espaços socioculturais. Em outras palavras, ele destacou a Metáfora do Monstro como a ideia de que os monstros do Halloween podem ser vistos como metáforas para as pessoas mais desfavorecidas da sociedade, aquelas que enfrentam desigualdades no acesso a serviços essenciais, trabalho decente e participação na vida social; Características da Marginalidade, ou seja, a representação de monstros é frequentemente associada a características que refletem a situação de marginalização social. Por exemplo, a feiura, a deformidade, a exclusão e a diferença, que são características frequentemente atribuídas aos monstros, podem ser interpretadas como simbólicas das experiências das pessoas marginalizadas; indústria cultural, que se refere à sugestão de que a indústria cultural contemporânea, responsável pela criação e disseminação de produtos culturais e de entretenimento, frequentemente



compõe monstros que personificam os excluídos da atividade econômica. Isso pode ser visto em filmes, programas de televisão, literatura e outras formas de mídia que frequentemente exploram a figura do monstro; fragilização da estrutura ideológica, a representação de monstros pode ser interpretada como uma forma de minar a estrutura ideológica dos oprimidos, ou seja, as classes proletárias. Ao retratar os marginalizados como monstros, a sociedade pode, inadvertidamente, reforçar estereótipos negativos, perpetuando a ideia de que essas pessoas são diferentes e até mesmo ameaçadoras.

Portanto, a ideia apresentada sugere que a representação de monstros no Halloween e na cultura popular em geral pode estar relacionada as questões de marginalização e desigualdade social. Essa abordagem crítica analisa, ao estilo dadaísta, como a cultura popular pode influenciar as percepções e atitudes em relação a pessoas em situações desfavoráveis e destaca a importância de questionar e repensar essas representações.

REFERENCIAIS

AGUIAR, J. L. **Sociologia em movimento**, 1. Ed., São Paulo: Moderna, 2013, p. 67-73.

BORGES, L. R.. **Saberes, acolhimento, turismo e eventos: o ciclo virtuoso para encontros mais humanizados**, 1 ed., Jundiaí, São Paulo: Paco Editorial, 2020.

COSTA, A. S. **O Espelho de Cristo: A Representação Cristológica da Estigmatização de Francisco de Assis nas Hagiografias Franciscanas (sec. XIII e XIV)**. Dissertação de Mestrado. PG em História Social. Universidade Estadual de Londrina. Londrina, 140 f., 2017. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.uel.br/document/?code=vtls000212479>.

EW, R. A. S. et al. **Estigma e teste rápido na atenção básica: percepção de usuários e profissionais**. Revista Brasileira em Promoção da Saúde, v. 31, n.3. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5020/18061230.2018.7463>.

GOFFMAN, E. **Estigma: Notas sobre manipulação da identidade deteriorada**. Tradução de Marcia Bandeira de Mello Leite Nunes 4 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2008.



LETRAS, **Lá Fora**. O Corcunda de Notre-Dame. Disponível em: <https://www.letras.mus.br/o-corcunda-de-notre-dame/1118173/>. Acesso em: 26 mar. 2023.

MANJUNAT, D. **Leprosy Stigma in the Middle Ages and 19th Century**. Rutgers journal of bioethics. v. III, n. 1: p. 29-40, 2012.

MICHAELIS. “**Monstros; Metáfora; Halloween**”. Editora Melhoramentos Ltda. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/> Acesso 05 de mar. de 2023.

MONTEIRO, S; VILELLA, W. (orgs). **Estigma e Saúde**. Cad. Saúde Pública. Rio de Janeiro: Ed. Fiocruz ; Faperj, 2013. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0102-311XRE010215> .

ROTBURG, A. A non-stigmatizing Bible. **Hansenologia Internationalis: hanseníase e outras doenças infecciosas**. v.3, n.1, p. 76-82, 1978.

SCAMBLER, G. Health-related stigma. Sociology of health & illness. v.31, n.3, p. 441-455. 2009.

VENTURA, J. et al; Silva, M; Gomes, G; Schek, G; Corrêa, L; Perim, L. (2020). **Estigma associado a gestante/puérpera usuária de crack: ameaça que representa a instituição**. Research, Society and Development, 9(2), e122922083-e122922083.

YOUSAF, S. **American Halloween: Enculturation, Myths and Consumer Culture**. 3rd International Academic Conference on Research in Social Sciences, Berlin, Germany: IACRSS, 10-12 June, 2021.

ZAMBENEDETTI, G; BOTH, N. **A via que facilita é a mesma que dificulta: estigma e atenção em HIV-Aids na estratégia saúde da família**. Fractal: Revista de Psicologia, n.25, p. 41-58, 2013.