



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Contracultura, drogas e mídia¹

por Cesar Carvalho²

resumo:

Neste artigo, procura-se traçar uma reflexão sobre o consumo de drogas alucinógenas na formação da subjetividade contracultural e o papel que os meios de comunicação desenvolveram nesse processo nos anos 60.

À tese de que a rebeldia contracultural teria sido dissolvida pelos meios de comunicação ao ser incorporada ao processo midiático, contrapomos a hipótese de que a mídia serviu para propagar o movimento contracultural e foi utilizada como estratégia para a propagação de suas idéias, práticas e valores.

Assim, reduzir o papel da mídia ao de um mero dissolutor do movimento contracultural é permanecer na superfície do fenômeno e não compreender a formação de um novo estilo de vida a partir da interação mídia – contracultura.

palavras chaves:

contracultura, mídia, drogas

¹ Trabalho apresentado no NP13 – Núcleo de Pesquisa Comunicação e Cultura das Minorias, XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Salvador/BA, 04 e 05. setembro.2002.

² doutorando em História, curso de pós-graduação da Unesp, campus de Assis, SP, e professor de Comunicação Social, Publicidade & Propaganda, da Fema – Fundação de Ensino Municipal de Assis, SP.



introdução

A questão das drogas apresenta-se, hoje, num contexto absolutamente diferente daquele dos anos 60. Podemos, para ilustrar, fazer um paralelo ficcional criando um pequeno acontecimento que, talvez, com habilidade, um bom contador possa transformar em história. Dele participam dois personagens: o pai, sexagenário, e sua filha, adolescente. A ação limita-se a um comentário e a um gesto.

A estudante chega da escola após uma aula especial contra o uso de drogas, e diz a seu pai: “Pai, ele falou um monte contra a maconha. E não é verdade! Eu não vejo acontecer, com você e a mamãe, nada do que ele falou que acontece quando se fuma um baseado!”. O velho hippie sorri.

Esse evento condensa dois momentos da mesma história: o presente, manifestado pelo comentário da filha, e o sorriso do pai, que funciona como enigma, exigindo a reflexão sobre o passado.

Evidentemente, nas mãos de Angeli, esse mesmo evento ganharia uma leitura antropofágica e tupiniquim na tira cômica dos personagens Wood e Stock, dois velhos cujos nomes referem-se ao festival de música que se tornou ícone do movimento hippie, Woodstock.

O pai é personagem de uma época em que o uso de drogas, especialmente as alucinógenas, era visto como uma estratégia para abrir as portas da percepção. Para isso, basta lembrarmos da metáfora que Aldous Huxley utilizou para se referir à alteração dos estados de consciência produzidos pela ingestão de certas ervas e plantas.

A filha, ao contrário do pai, vive num ambiente em que a droga é caso de polícia ou, dependendo da ótica, um grande negócio com mercado em franca e constante expansão, apesar dos altos riscos envolvidos.

Para o pai, em sua juventude, ser hippie era compartilhar um ideário cuja prática radical dava prioridade às experiências: viver em comunidade, encontrar alternativas



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

para as relações opressivas e alienantes da sociedade de consumo e, é claro, viver de forma prazerosa, numa leitura dionisíaca do cotidiano ou intensamente o aqui e o agora, na versão búdica dessa forma de viver. A radicalidade da experiência passava pela busca de novas maneiras de perceber o mundo e com ele se relacionar. Nessa busca incessante, experimentar tudo o que possibilitasse a abertura das portas da percepção era a palavra de ordem.

O ideário hippie envelheceu, seus princípios ganharam vida apenas nos documentos históricos, e o comportamento rebelde adocicou-se com a institucionalização de seus valores .

Mas, e no tocante às drogas, o que mudou o sentido da experiência entre uma juventude e outra? Elas perderam seu atributo de libertar o homem ou este atribuiu-lhes novos significados, novas leituras?

A resposta parece simples. Parece.

As drogas, evidentemente, não perderam suas propriedades. Além do mais, a busca por estados alterados de consciência é algo que acompanha a história do homem desde tempos imemoriais. Se essa busca liberta o homem ou, ao menos, contribui para tal, depende do que se entende por liberação. Depois, o homem encontrou novos significados para sua compreensão do mundo e, dentre estes, a imposição necessária de limites ao uso de drogas, oriundos de sua consciência.

Ligue-se.

Quando inventou seu famoso slogan “*ligar-se, sintonizar-se, libertar-se*” para difundir as drogas alucinógenas como terapia do homem moderno, Timothy Leary não fazia senão repetir uma preocupação constante e presente na história do homem com o uso das drogas.

Mas deixemos isso de lado, pois é suficientemente conhecido o fato de que inúmeras civilizações utilizaram-se e ainda se utilizam de diferentes substâncias para



alcançar estágios alterados de consciência e/ou como formas de penetrar em esferas místicas e religiosas. Concentremo-nos, pois, num segmento mais específico: o da intelectualidade. Nele, encontraremos inúmeros exemplos de personalidades que fizeram das experiências alucinógenas a matéria prima de suas obras e, alguns, de suas próprias vidas.

Charles Baudelaire é um nome naturalmente lembrado quando se trata desse assunto. Em 1860 publica *Os paraísos artificiais*, em que comenta suas experiências com o ópio e o haxixe realizadas com o grupo de poetas e escritores que se reuniam para compartilhar os efeitos produzidos pelo *dawamesk*, um confeito de haxixe.

No livro citado, apesar de reconhecer os “prazeres mórbidos” que a ingestão de drogas como o ópio e o haxixe podem produzir, especialmente depois de um uso prolongado, Baudelaire não deixa de enaltecer aquilo que místicos e xamãs orientais já o sabiam: a descoberta de novas dimensões perceptivas vivenciadas pelo usuário.

A crença nas drogas como elemento de liberação leva Aldous Huxley (1894-1963) a escrever livros que o tornaram um dos mais influentes defensores do uso terapêutico das drogas alucinógenas. Dentre os inúmeros e importantes títulos produzidos por ele ao longo de sua existência, destacam-se *As portas da percepção*, *Céu e inferno* e *A ilha*.

Seus livros e textos corroboram seu estilo de vida. Anos antes de participar de experiências com Timothy Leary, Huxley já havia experimentado o LSD. A identidade de interesses e valores sobre o uso do LSD foi tanta entre os dois que Huxley não se furtou ao convite de Leary para, juntos, escreverem um manual de uso adequado do LSD. Baseado no livro tibetano dos mortos, o resultado foi publicado sob o título *The psychedelic experience*. Pouco antes de morrer, bastante enfraquecido pela doença, pede uma dose de LSD para fazer sua última viagem, ouvindo trechos do manual lidos por sua esposa e companheira Laura Huxley.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Pouco mais de cem anos separam a publicação de Baudelaire, *Os paraísos artificiais*, da morte lisérgica de Aldous Huxley ocorrida na ensolarada e psicodélica Califórnia dos anos sessenta.

Tanto as experiências lisérgicas de Huxley quanto as opiáceas de Baudelaire apresentam elementos recorrentes: alteração de consciência, percepção de realidades indescritíveis à linguagem comum, descoberta de níveis de sensibilidade e espiritualidade acentuadas pelo efeito das drogas. Não foi à toa que, ao longo do século, em graus variáveis de intensidade, inúmeros cientistas dedicaram-se ao estudo das substâncias psicoativas capazes de alterar a percepção humana.

Timothy Leary, com seu slogan – *ligar-se, sintonizar-se, libertar-se* – não fez senão sintetizar essas experiências e torná-las **objeto de desejo** da geração de jovens em estado de rebeldia nos anos sessenta.

O slogan tem um sentido preciso: *ligar-se* é o ato de ingerir qualquer substância alucinógena, o que significa realizar um mergulho introspectivo, possibilitando o acesso a múltiplos e diferenciados níveis de percepção; *sintonizar-se* denota a necessidade de uma busca harmoniosa e interativa com o mundo exterior, baseada nas novas perspectivas internas, e *libertar-se* designa a autoconfiança adquirida com a descoberta das singularidades pessoais. Assim, o slogan de Leary vai ao encontro dos anseios milenares que certas drogas propiciaram a seus usuários no decorrer da história.

Tal slogan traz para o campo da reflexão histórica uma novidade que não se encontra no uso da droga como elemento terapêutico, pois essa tese é bastante conhecida tanto por cientistas interessados quanto por usuários de drogas alucinógenas; nem na descoberta dos aspectos místicos e religiosos que, muitas vezes, as experiências alucinógenas produzem. A novidade está no **próprio** slogan. Pela primeira vez na história, os modernos meios de comunicação seriam utilizados para arquitetar um plano estratégico de divulgação do uso terapêutico dos alucinógenos.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Ao se valer dos elementos midiáticos para disseminar sua estratégia de comunicação e vender seu produto, Timothy Leary colaborou para tornar o próprio fenômeno da contracultura um fenômeno midiático. E aqui reside o paradoxo: ao mesmo tempo em que é um movimento radical, adquirindo inclusive características libertárias, anárquicas e de contestação dos valores simbólicos dominantes da época, foi também um movimento que se produziu e foi produzido pela mídia, palavra genérica que serve para designar, de forma econômica, a configuração dos modernos meios de comunicação.

Na época em que o slogan foi criado, verão de 66, o “perigo das drogas” já era o mote dos discursos conservadores e da direita norte-americana. Como resultado de uma política repressora e violenta, Leary perde o emprego em Harvard, onde tinha iniciado as experiências com o ácido lisérgico, e se torna alvo de inúmeras perseguições e detenções policiais. Sua expectativa era a de que, assim que seu processo chegasse à Corte Suprema dos Estados Unidos, ele conseguisse promover uma transformação da onda de repressão e violência policial numa oportunidade única de derrubar a lei contra a maconha de 1937 e impedir a proibição do LSD. Mas suas esperanças logo se desvaneceram diante do aumento da repressão. Frente ao impasse, a saída era trabalhar junto à opinião pública, modificando conceitos e opiniões. A idéia de uma grande campanha de comunicação nasce nesse momento crítico.

Leary, evidentemente, não estava sozinho em sua empreitada. Entre seus correligionários estava Tom Wolfe, escritor e perspicaz crítico da cultura americana, que realizou diversas tentativas de propagar o uso do ácido lisérgico. Uma delas acabou resultando na campanha publicitária, seguida da criação do slogan psicodélico.

Wolfe tinha conversado com seu futuro sogro tentando convencê-lo a entrar no novo negócio que despontava, o LSD. Sua esperança era grande, já que a fortuna do velho tinha sido resultado do comércio ilegal de bebidas, durante a Lei Seca, nos Estados Unidos. Mas a resposta foi negativa. Frustrado, Wolfe conversa com Leary:



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

“Wolfe: - Vamos ter de fazer as coisas por nossa conta.

T. Leary: - Fazer o quê?

Wolfe: - Tornar as nossas substâncias inebriantes no negócio “in” do momento. Assim como eles tiveram a cultura das casas ilegais e do contrabando de bebidas nos Loucos Anos 20, nós desenvolveremos a nossa própria cultura das drogas. Kerouac e Cassady a começaram, mas eles eram muito boêmios. Temos de fazer o que os caras do álcool fizeram durante a Lei Seca: dissipar essa aura de ilegalidade e perigo. As drogas psicodélicas devem ser associadas à beleza, ao glamour, à sensualidade. Precisamos de símbolos da liberdade individual. Alta moda. Um hedonismo gracioso contra o desleixo dos bêbados”.

Da conversa à ação, um passo. Com a campanha do LSD, Leary reitera o que talvez seja o caráter mais paradoxal da contracultura e, ao mesmo tempo, a marca dos acontecimentos históricos da pós-modernidade: a intermediação midiática.

Sintonize.

Nessa época, tudo convergia para a formação de um universo psicodélico que a indústria cultural tratava de mercadejar. Drogas, sexo, experiências comunitárias, religiões exóticas e filosofias orientais pontilhavam o universo de interesse desse segmento novo de mercado: o jovem. Hábitos, comportamentos e valores tradicionais são contestados, desmontados e modificados.

É vital a importância dos meios de comunicação para configurar a contracultura: pela primeira vez, os sentimentos de rebeldia, insatisfação e busca que caracterizam o processo de transição para a maturidade encontram ressonância amplificada nos meios de comunicação. A insatisfação juvenil, suas buscas e aventuras ecoam, agora, na velocidade da luz nos tubos eletrônicos da TV. Redes comunicacionais se formam e transformam o planeta em aldeia global.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

The Beatles foi um fenômeno ímpar na história dessa cultura planetária. Em 1967, o conjunto inglês lança *Sgt. Pepper's Lonely Heart Club Band*, e o disco é aceito, quase com unanimidade, como a maior obra conceitual da música pop do século. Mas não só isso: é também um ícone psicodélico em que nenhum dos temas da contracultura deixa de se fazer presente: mix experimental, cultural, político e religioso, com temas mesclados a novas texturas e ritmos, além da exploração da sonoridade dos instrumentos exóticos. É difícil não concordar com seu produtor, George Martin: ninguém seria o mesmo depois de ouvir o novo disco.

Apesar de desempenhar um papel importante na configuração do universo psicodélico do disco, o LSD ocupou um período relativamente curto na vida do grupo: Lennon e Harrison só haviam experimentado o LSD um ano antes de gravarem o disco e Paul McCartney o faria no ano seguinte, em 1968.

Não é difícil perceber no disco sua ambientação psicodélica. E, claro, algumas de suas músicas foram lidas como apologia às drogas alucinógenas: *A day in the life*, por exemplo, foi proibida na BBC londrina.

Mas, curiosa é a história de *Lucy in the Sky with Diamonds*, outra das músicas do disco considerada ícone da lisergia hippie. Devido às figuras de linguagem psicodélicas e à coincidência das iniciais do título com a sigla do ácido lisérgico, a música de John Lennon foi interpretada como uma apologia ao uso da droga.

Desmentindo essa versão, o próprio Lennon explica que a música é uma interpretação poética de um desenho que seu filho, Julian, então com quatro anos, fizera de sua professora, Lucy, passeando no céu, com diamantes (*Lucy, in the sky, with diamonds*).

Apesar do desmentido, *Lucy in the sky with diamond* ficou registrada como hino lisérgico. Sinal dos tempos.

Durante a gravação de *Sgt. Pepper's*, os Beatles conhecem um líder espiritual hindu, viajam para a Índia e se aperfeiçoam em meditação transcendental. Em 1968, um



ano depois do sucesso estrondoso do disco, anunciam publicamente o abandono do uso de drogas.

George Harrison, depois de conhecer Tat Baba, guia espiritual de Ravi Shankar, comentou: “Conhecê-lo e ler a *Autobiografia de um Yogi* foram as melhores coisas espirituais que já senti; melhores mesmo do que as drogas”.

Mas, por que, nos anos 60, a experiência com drogas alucinógenas ganhou tanta importância?

Desde a descoberta laboratorial do ácido lisérgico nos anos 40, ele despertou a curiosidade de cientistas e pesquisadores das mais diferentes áreas. A possibilidade de usá-lo como arma estratégica também foi considerada, e a CIA, posteriormente, patrocinou uma série de pesquisas sobre seu uso.

Essas experiências não eram de todo desconhecidas. Muitos faziam dela uma forma de aumentar sua receita, outros de ter novas experiências. Personagens ilustres da contracultura como Ken Kesey - falecido recentemente e conhecido como o roteirista de um dos filmes mais importantes do período contracultural, *Um estranho no ninho*.- participaram dessa história.

Nesse período, o LSD era um produto bastante disponível enquanto objeto de pesquisa e investigação. Em suas experiências, Timothy Leary recebia centenas de pílulas, diretamente do fabricante. Monitorados por cientistas e professores, estudantes e interessados ingeriam a bebida nos laboratórios do curso de Psicologia de Harvard.

O culto às drogas ganha nesse momento um entorno mágico, terapêutico ou religioso. Não que ele já não existisse. O homem sempre experimentou produtos que afetam sua percepção, e, desde o começo dos tempos, comunidades inteiras usam bebidas e ervas alucinógenas como parte de rituais religiosos.



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

Mas, se, antes, o culto às drogas é praticado em segmentos restritos da população e é lido e legitimado como hábito cultural, agora tem alcance global e faz parte das pautas e dos programas da mídia impressa e eletrônica.

Historicamente, um cenário bastante rico e de muitas transformações. Progressos tecnológicos melhoram a qualidade de vida, a taxa de mortalidade se reduz, e o tempo de vida da população aumenta. Por outro lado, a invenção de pílulas anticoncepcionais e a invenção de satélites que possibilitam a comunicação global do planeta alteram os comportamentos e hábitos da população, que se urbaniza em proporções jamais vistas.

Em seus aspectos demográficos, o fenômeno é explosivo. Entre 1946 e 1958, a população jovem cresce assustadoramente. Seus rebentos, chamados de *boomers*, os nascidos da explosão de bebês (*baby-boom*), viveram o privilégio de serem os primeiros jovens da sociedade americana do pós-guerra a terem acesso ao dinheiro. Num contexto de abundância material e com dinheiro na mão, essa juventude traduziu-se em poderosa demanda por bens de consumo, constituindo-se num fenômeno mercadológico por excelência.

Desde o berço, os *boomers* acompanham a formação e o desenvolvimento da sociedade pós-moderna em suas mais diferentes fases. Vivem um cotidiano de abundância material nunca antes visto; acompanham o surgimento e o desenvolvimento da comunicação global, primeiro com o advento da TV, depois com o computador, mas também se enfastiam com a excessiva racionalidade do cotidiano.

Ainda que seja tipicamente americano, o fenômeno contracultural encontrou eco na juventude de todos os países que viviam um intenso processo de modernização. Movimentos radicais de juventude afloram em todos os continentes, e, com suas cores locais, os jovens ostentam a bandeira da grande recusa à moderna sociedade.

A rebeldia juvenil explode também na indústria cultural: o mercado fonográfico ganha dimensões globais, e a indústria cresce em taxas astronômicas. O suporte dos



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

produtos culturais são as mensagens de insatisfação, recusa e rebeldia que se propagam com a velocidade dos modernos meios globais de comunicação.

“Sexo, drogas e rock’n roll” é a frase síntese do momento que dá conta das principais áreas em que o clima juvenil mais se diferencia e se propaga como movimento de mudanças e recusas.

Nos anos 60, uma série de acontecimentos históricos condiciona a leitura da rebeldia juvenil, o que a diferencia do movimento *beat*. Viagens sem destino e experiências diversas continuam na linha de horizonte contracultural, mas agora filtradas pelos problemas colocados pela Guerra do Vietnã, pela ditadura militar nos países latino-americanos, etc.

A nova realidade não deixa de produzir suas ironias. Os novos e contestatários ideais, os novos tipos de comportamentos e a irreverência juvenil encontram ressonância no mercado como um segmento promissor. Juventude, mídia e mercado estabelecem mecanismos de retroalimentação.

Tomar LSD em qualquer universidade americana que estivesse fazendo experiências com a droga era rotineiro; mas o interesse aumentava na medida em que os resultados das experiências eram divulgados pelos veículos de comunicação, em especial a TV.

O contexto da rebelião juvenil era claro, e seus inúmeros produtos (programas de rádio, TV, jornais, livros, fotos, etc.) são, hoje, registros, documentos dessa história.

A experiência com as drogas alucinógenas só se torna importante para o sistema simbólico dessa geração porque os efeitos produzidos pela experiência ganham nova significação, nova leitura. Experimentar drogas estava associado a um complexo mecanismo de busca pelo auto-conhecimento, pela expansão da consciência.

Sob o efeito de drogas alucinógenas, são poucos os que resistem à percepção de níveis diferenciados de realidade. É como se toda a estruturação lógica de nosso ego se



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

desmoronasse. O inconciliável se concilia, os opostos se complementam. Mente e coração são percebidos enquanto unidade, e o racional é uma parte do vastíssimo campo de estruturas que a mente pode produzir.

Os limites entre ilusão e realidade tornam-se tênues e a loucura se vislumbra no horizonte. Sonhar também é perigoso. É difícil não concordar com o poeta quando lamenta que muitos de seus heróis morreram de overdose (Cazuza).

Para os críticos, claro, estava instaurado o caos produzido pelo irracionalismo juvenil. Para a contracultura, um caminho pelo desconhecido, pela aventura, pela descoberta de outras formas de conceber e viver o mundo.

A erva do diabo é o protótipo desse momento. O livro de Carlos Castañeda dá início a uma série de vários volumes que relatam sua pesquisa antropológica sobre xamanismo. Em sua saga, o que temos é o processo de transformação vivido pelo autor que, antes de concluir sua pesquisa acadêmica, tornou-se, ele próprio, um bruxo.

A obra de Castañeda pode, hoje, ser lida como uma espécie de fundamento místico-filosófico da contracultura. Sua narrativa redesenha um dos caminhos traçados no mapa contracultural. Não é difícil compreender o desprezo e o sarcasmo de muitos jornalistas e acadêmicos que o acusam de ser responsável pelo irracionalismo dos anos 70.

Longe de serem um culto às drogas, os livros de Castañeda têm seu objeto de investigação centrado no processo de aprendizado dos caminhos da bruxaria. O uso de ervas e plantas alucinógenas é, no caso de Castañeda, um plano de seu mestre e *brujo*, Don Juan, para desestruturá-lo mentalmente, tornando-o apto a seguir os passos da *brujeria*.

Não é difícil imaginar sua indignação quando soube, pelo próprio mestre, que o caminho espiritual prescinde do uso de qualquer droga. Castañeda tinha ingerido durante anos os mais diferentes tipos de plantas alucinógenas existentes no deserto



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

mexicano; vivido momentos difíceis, com a cabeça confusa, à beira da loucura por causa das drogas. Seu mestre, indiferente, continuava ministrando-lhe alucinógenos.

Insistindo na razão do uso maciço de alucinógenos, Don Juan não hesitou: foi a maneira encontrada para quebrar a rigidez intelectual cristalizada na mente de Castañeda.

Mas, se por um lado, a experiência com as drogas alucinógenas permite alterações da consciência suficientes para que se percebam os limites da racionalidade, por outro, a reiteração do seu uso faz com que os velhos paradigmas reconquistem o espaço perdido integrando os efeitos alucinógenos como parte de seu sistema mental. Se o objetivo é a libertação das amarras da racionalidade, o obstáculo natural é a própria mente.

É impossível generalizar, mas não são poucos os relatos autobiográficos que narram o processo de abandono do uso de drogas após experiências muito fortes, auto-reveladoras. Cedo ou tarde, essas experiências levam a secundarizar a importância da droga: depois que você descobre o outro lado... prá quê?, pergunta-se a si mesma uma jovem, ex-freqüentadora do Santo Daime, uma seita religiosa que utiliza uma bebida alucinógena para seus rituais.

Em sua maioria, o percurso é recorrente: quando o uso de drogas desperta o universo religioso, místico ou mítico, a droga, de uma forma ou de outra, perde importância e significado.

Liberte-se

A mesma jovem do início deste texto está agora falando com o pai sobre um livro. Entusiasmada, resume os argumentos que explicam a inexistência de loucura em determinadas sociedades não-civilizadas. Nós tendemos à loucura, pai, diz a menina, porque tentamos explicar tudo. Não existe o desconhecido. No pior das hipóteses, o psicanalista resolve. E a loucura, como a panela, submetida a excessiva pressão,



INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação
XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Salvador/BA – 1 a 5 Set 2002

explode. Já para o não-civilizado, o diálogo se dá pela linguagem do mito, equilibrando o indivíduo às suas condições ambientais. Em última análise, conclui a jovem estudante, o que o autor está dizendo é que a magia cura. E, por que, então, pai, não se usa mais a magia prá se ficar menos louco?

Bibliografia:

- BAUDELAIRE, Charles. *Les paradis artificiels*. Paris: Garnier-Flammarion, 1966.
- BENJAMIN, Walter. *Haxixe*. São Paulo: Brasiliense, 1984.
- CASTANEDA, Carlos. *A erva do diabo*. Rio de Janeiro: Record, s.d. (todas as obras de Castaneda foram publicadas por esta editora e encontram-se disponíveis nas livrarias).
- COCTEAU, Jean. *Ópio: diário de uma desintoxicação*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- GABEIRA, Fernando. *A maconha*. São Paulo: Publifolha, 2000.
- HUXLEY, Aldous. *As portas da percepção* e *O céu e o inferno*. São Paulo: Círculo do Livro, s.d.
- LEARY, Timothy. *Flashbacks. LSD: a experiência que abalou o sistema*. 1ª ed. São Paulo, Brasiliense, 1989.
- MARTIN, George. *Paz, amor e Sgt. Pepper: os bastidores de Sgt. Pepper*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- McKENNA, Terence. *Alucinações reais: uma viagem cósmica inspirada pelo uso das plantas de poder*. Rio de Janeiro: Record, 1993.
- QUINCEY, Thomas de. *Confissões de um comedor de ópio*. Porto Alegre: LPM, 2000.
- ROBINSON, Rowan. *O grande livro da Cannabis: guia completo de seu uso industrial, medicinal e ambiental*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.