



**Entre Thomas e seus amigos e a Turma do Doki: (re)ligação,  
(re)encantamento e consumo**

**2º Simpósio Regional da ABHR 2015**

**Bruno Anselmo da Silva<sup>1</sup>**

**Karla Patriota<sup>2</sup>**

Impermanência. Se fossemos definir a nossa época numa única palavra, esta parece, por muitas razões, ser um termo adequado. Mas será mesmo que as coisas estão ficando tão fluidas quanto alguns argumentam? Se ao invés de ocasional, a mudança passa a compor nossa experiência, a ponto de configurar-se como o modo de ser próprio dos nossos dias, caracterizando as nossas relações interpessoais e os nossos hábitos cotidianos – inclusive os de consumo – é possível que, ao refletir sobre essa impermanência que aparentemente nos constitui, compreendamos melhor o nosso tempo, ou, pelo menos, nossa própria vida.

Na trilha desta investigação, que integra uma pesquisa de mestrado mais ampla, partilhamos da perspectiva de autores como Michel Maffesoli, para o qual “importa menos a grande história factual do que as histórias vividas no dia a dia, as situações imperceptíveis que, justamente, constituem a trama comunitária” (MAFFESOLI, 1998, p.169). É nesse sentido que artefatos e/ou rituais, tidos, às vezes, como triviais e até insignificantes passam a comunicar diversos aspectos inquietantes da cultura vigente.

Foi algo dessa natureza que capturou nossa atenção nas duas séries de desenho animado que nos propomos a analisar neste artigo. Famosas, atualmente, entre o público infantil brasileiro, *Thomas e seus amigos* e *A turma do Doki* servirão de ponto de partida para a nossa reflexão. A primeira, baseada num livro de 1945, caminha para sua vigésima temporada na TV, já esteve na grade de emissoras como a Rede Manchete, TV Brasil e SBT, e é

---

<sup>1</sup> Mestrando do Curso de Comunicação da UFPE, email: [brunoanselmo.br@gmail.com](mailto:brunoanselmo.br@gmail.com). Indicar titulação e instituição à qual o autor está vinculado.

<sup>2</sup> Doutora em Sociologia e mestre em Comunicação. Professora do PPGCOM da UFPE, e-mail: [k.patriota@gmail.com](mailto:k.patriota@gmail.com).



exibida, hoje, na TV por assinatura, através do canal Discovery Kids Brasil. A segunda série, por sua vez, exclusiva do Discovery Kids, apesar de estar ainda na segunda temporada, desfruta de um enorme sucesso entre as crianças (e os pais!). As histórias do trenzinho Thomas, acreditamos, constituem-se uma excelente metáfora da modernidade, enquanto as aventuras do cãozinho Doki representam muitos dos valores em circulação na chamada pós-modernidade.

Por concordarmos com a afirmação de Max Weber de que “as forças mágicas e religiosas e as ideias éticas de dever nelas baseadas têm estado sempre, no passado, entre as mais importantes influências formativas de conduta” (WEBER, 2004, p.32), acreditamos que outra dimensão bastante reveladora de muitos aspectos da vida em sociedade é a religião. Entendemos que as lentes da religião poderão nos auxiliar, neste artigo, de duas formas. Primeiramente, a partir da concepção protestante de vocação que, como veremos, exerceu um papel relevante na constituição da modernidade e do capitalismo, tentaremos perceber os contrastes entre as vivências e práticas tipicamente modernas com aquelas em curso nas ambiências atuais. Em segundo lugar, ao investigarmos a noção de reencantamento do mundo, desdobramento de um conceito fundamental da sociologia weberiana, tentaremos entender o lugar, de fato, ocupado pelo consumo na pós-modernidade.

### **Problematizando o pós-moderno**

É possível, contudo, falarmos de uma “pós-modernidade”? Não há como avançar no raciocínio aqui proposto sem antes encarar esta difícil pergunta. Longe de advogarmos em favor do controverso termo ou de esmiuçar exaustivamente o conceito de pós-moderno, sustentamos, neste artigo, a ideia de que um amplo conjunto transformações, sem precedentes em muitos sentidos, vem afetando o mundo, especialmente a partir do final do século XX, modificando radicalmente não apenas as instituições, mas também os nossos relacionamentos, modos de lidar com o trabalho e o lazer, nossa



religiosidade, hábitos de consumo, e de forma peculiar, o modo como concebemos nossa própria identidade.

Num livro que se tornou célebre no Brasil, especialmente no campo da Comunicação Social, Stuart Hall salienta que, ao contrário das sociedades tradicionais, as sociedades modernas são por definição, “sociedades de mudança constante, rápida e permanente” (HALL, 2005, p. 14). Para o autor, essas mudanças, ligadas intrinsecamente ao desenvolvimento do capitalismo e ao processo de globalização, estabeleceram formas globais de interconexão social e alteraram “algumas das características mais íntimas e pessoais de nossa existência cotidiana” (GIDDENS apud HALL, 2005, p.16). Ao fazer uma distinção, bastante didática, entre três concepções de identidade<sup>3</sup> – todas elas situadas no período moderno – Hall demonstra como, em sua fase mais atual, essas transformações se refletem de maneiras diferentes na constituição dos sujeitos:

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma única, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais (...) Esse processo produz o sujeito pós-moderno, conceptualizado como não tendo uma identidade fixa, essencial ou permanente (HALL, 2005, p.12)

A questão da identidade, para Hall, se coloca, de forma característica, no que ele, dentre outros autores, chama de “modernidade tardia” (HALL, 2005, p.15). Dessa perspectiva, portanto, não faz sentido pensar na pós-modernidade como um novo estágio, posterior à modernidade, que teria vindo para superá-la. É certo que o prefixo “pós”, bastante polêmico, contribui para obscurecer o termo. Homi Bhabha sugere que, numa época na qual nos vemos marcados por uma “tenebrosa sensação de sobrevivência, de viver nas fronteiras do presente” (BHABHA, 1998, p.19), o emprego do controvertido prefixo cristaliza-se por não acharmos nada mais adequado. Parece-nos razoável, porém, colocar a pós-modernidade, como o fez Stuart

---

<sup>3</sup> A saber: o Sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno.



Hall, como uma parte integrante de um cenário mais amplo de mudanças estruturais e de pensamento dentro da própria modernidade.

Estaríamos, pois, atravessando uma etapa ou, mais precisamente, um desdobramento da modernidade, no qual convivem visões de mundo diferentes, disjuntas e até conflitantes. Diversos autores concordam a esse respeito, ainda que partindo de abordagens bem diferentes. Com o foco na produção cultural contemporânea, Fredric Jameson, por exemplo, rejeita uma visão linear e teleológica da história e percebe o pós-modernismo como uma “dominante cultural”, isto é, “uma concepção que dá margem à presença e à coexistência de uma série de características que, apesar de subordinadas umas às outras, são bem diferentes” (JAMESON, 2002, p.29). Há, para o autor, contudo, razões suficientes para percebermos distinções radicais entre o modernismo e o pós-modernismo e isto se deve ao “posicionamento muito diferente do pós-modernismo no sistema econômico do capitalismo tardio e, mais ainda, devido à transformação da própria esfera da cultura na sociedade contemporânea” (JAMESON, 2002, p.31).

Ocupado em observar as novas formas de agrupamento que surgem, de maneira espontânea e efervescente, no contexto de massificação crescente dentro de nossas sociedades, Maffesoli tece considerações sociológicas que também estabelecem notáveis diferenças entre modernidade e pós-modernidade. Para ele, enquanto a primeira é definida na ordem do político, a pós-modernidade é marcada por estruturas orgânicas e complexas, cuja ligação é instável, frágil, fugaz e cujo elo é o afeto (MAFFESOLI, 1998, p.9). Voltaremos às postulações deste autor sobre esses deslocamentos mais a frente.

Concentrando-se no processo de globalização e em seus efeitos, Zygmunt Bauman vê a mudança como a “essência do modo moderno de ser” (BAUMAN, 2005, p.90) e menciona a redução do poder aglutinador das vizinhanças e a revolução dos transportes (BAUMAN, 2005, p.24) como alguns dos fatores, tipicamente modernos, que repercutiram profundamente na constituição dos indivíduos e na sociedade. O autor, porém, destaca que,



do início da era moderna para cá, esses deslocamentos têm se intensificado e afirma categoricamente:

Estamos agora passado da fase “sólida” da modernidade para a fase “fluida”. E os “fluidos” são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito tempo (...) Num ambiente fluido, não há como saber se o que nos espera é uma enchente ou uma seca – é melhor estar preparado para as duas possibilidades (BAUMAN, 2005, p.57)

Não nos preocuparemos aqui em definir pós-modernidade nem em datar com precisão um início para ela. Talvez pela falta de um termo que melhor caracterize o momento atual, vamos apenas nos apropriar desta terminologia, que é amplamente empregada pela maioria dos autores supracitados. Interessa-nos investigar, sobretudo, se essas novas formas de (re)ligação do eu com o Outro relacionam-se com o processo de reencantamento do mundo, para o qual o conceito puritano de vocação, neste artigo, como veremos, nos será elucidativo.

### **Thomas e seus amigos**

Publicado em 12 de maio de 1945, na Inglaterra, *The Three Railway Engines*, livro que deu origem à série *Thomas e seus amigos*, celebrou 70 anos em 2015. Escrito por Wilbert Awdry, um pastor da igreja Anglicana apaixonado por estradas de ferro e locomotivas a vapor, a obra integra, na verdade, uma série de livros, *The Railway Series*. Com o objetivo de entreter o filho que estava com sarampo<sup>4</sup>, em 1942, o reverendo Awdry começou a criar contos sobre locomotivas, que após a publicação em 1945 arrebanharam, ao longo dos anos, centenas e milhares de fãs. O desenho, também de origem britânica, começou a ser exibido em 1984 e, atualmente, é um enorme sucesso, de proporções mundiais, como se pode constatar pela extensa linha de brinquedos e produtos baseados na série e pelos dois parques temáticos localizados na Inglaterra e no Japão.

Thomas, o protagonista da série, é um simpático trem azul, que trabalha duro na Estação Ferroviária a serviço do Sir Topham Hatt, ao qual presta contas, sempre na tentativa de ser “um trem muito útil”. Juntamente

---

<sup>4</sup> <http://www.thomasandfriends.com/pt-br/about/when>





com Percy, James, Gordon e muitas outras locomotivas amigas – além de uma infinidade de outros meios de transporte falantes como guindastes, ônibus e até um helicóptero – Thomas vive suas aventuras exclusivamente na fictícia Ilha de Sodor. Os veículos e máquinas, a maioria deles rigidamente presos aos trilhos que percorrem a ilha, restringem-se às suas bem definidas funções, sentem, falam, atuam como pessoas e são as grandes estrelas dos episódios, enquanto os seres humanos, normalmente passageiros ou maquinistas, figuram apenas como coadjuvantes.

A letra da música de abertura dos episódios representa bem a lógica e os valores que perpassam as histórias:

São dois, são quatro, são seis, são oito  
Vermelha, verde, marrom e azul  
Puxam cargas, empurram vagões  
É uma equipe de campeões

Todos têm uma função  
Trabalhando na estação  
Enfrentando os perigos  
Thomas e seus amigos

Thomas, é o bochechudo  
James, é muito divertido  
Percy, entrega a cartinha  
Gordon, chacoalha pela linha

Emily, sabe o que faz  
Henry, o que apita mais  
Edward, ajuda de bom grado  
Toby, digamos é quadrado

Habitando uma ilha que, cortada por linhas férreas capazes de interligar local e global, cada personagem possui uma identidade bastante fixa e, como diz a canção tema, desempenham uma função específica. Estão, além disso, unidos por uma relação contratual de trabalho, que precede a amizade entre os personagens. Lembrando muito a sensação de otimismo provocada pelos constantes progressos da ciência e avanços tecnológicos característicos da época iluminista, a série transmite uma forte atmosfera moderna – veremos mais a respeito – que é reforçada pelo conjunto de valores morais trabalhados nas histórias.

## **A turma do Doki**



Muito diferente dos contos sobre locomotivas a vapor são as aventuras cosmopolitas de *A Turma do Doki*, desenho animado produzido pela Discovery Communications em parceria com a produtora canadense Portfolio Entertainment. Animais tão diferentes quanto uma cabra e um tamanduá, exibindo estilos bem peculiares, compõem esta turminha de amigos sob a liderança do curioso cãozinho Doki, que em 2005, antes de protagonizar a própria série, era apenas o mascote do canal. Os bichinhos da turma do Doki integram, juntamente tantos outros amigos animais, das mais variadas espécies e culturas, uma rede virtual de amigos viajantes espalhados pelo globo, com os quais se conectam, através de tecnologias e dispositivos móveis, para partilharem experiências divertidas juntos.

Num ritmo veloz, os episódios da série, que possuem 30 minutos de duração e duas histórias diferentes, com cerca de 11 minutos cada, possuem uma estrutura básica: através de viagens ao redor do mundo, Doki e seus amigos buscam respostas para dúvidas que surgem em meio a atividades cotidianas. O clubinho – uma casinha de madeira, às margens de um lago, devidamente equipada para muita diversão – é o lugar no qual os personagens iniciam os episódios e para o qual retornam ao final das expedições.

Em meio a brincadeiras corriqueiras, surge um determinado questionamento e, então, numa sequência dinâmica de imagens, Doki e seus amigos preparam-se para decolar em busca de respostas, embalados por uma trilha musical contagiante:

É hora da expedição!  
Todos juntos, vamos com o Doki  
Essa é a nossa turma  
(...)  
Todos prontos, vamos em frente  
É hora da aventura  
Vai ser de arrasar  
Vamos lá!

Cada personagem pega, então, sua própria mochila ou acessório e junta-se ao grupo, deixando o clubinho em direção ao avião bimotor que os transporta para os mais variados destinos ao redor do mundo: do Brasil à Islândia, passando pela Indonésia, Antártica, Suíça e muitos outros lugares.



Doki e seus amigos assemelham-se, em muitos sentidos, aos chamados turistas *backpackers*<sup>5</sup> ou, simplesmente, mochileiros, por aderirem a uma modalidade de turismo que privilegia, dentre outras coisas, elementos como “o interesse em encontrar/conhecer outras pessoas, a forma independente de organização da viagem, (...) a prática de atividades informais e participativas” (OLIVEIRA, 2008, p.94). É possível ainda estabelecer conexões entre a rede global da qual a turma do Doki faz parte com o *CouchSurfing*, rede internacional com mais de 12 milhões de membros, que, desde 2004, conecta viajantes do globo em mais de 200 cidades ao redor do mundo.

Se a motivação para as viagens nitidamente é a diversão partilhada coletivamente, a emoção de experimentar repetidamente o novo (culturas, sabores, vivências, entretenimentos, relacionamentos e, vale ressaltar, produtos) não pode ser considerada. Isto pode ser verificado na letra da canção tema da série:

Diversão e aventura  
Descobrir é com essa turma  
Vamos ver o mundo com o Doki!  
(Venham comigo!)  
Nós vamos todos viajar o nos divertir  
Agora é hora de embarcar com Doki  
A expedição vai começar com Doki

Diversão e aventura caminham absolutamente juntas nas expedições do Doki e parecem refletir vários aspectos da maneira pós-moderna de ser e habitar o mundo. Os membros da turma do Doki não permanecem por muito tempo num mesmo endereço, pois estão sempre em trânsito, em mudança constante pelo mundo, alternando entre uma viagem e outra.

### **Reencantamento do mundo e consumo**

Em meio à evidente secularização dos dias atuais, estaríamos descobrindo outras formas de ligação com a alteridade, com o sagrado? É exagerado pensar que os significados atualmente atribuídos às práticas de

---

<sup>5</sup> O termo *backpacker* vem sendo utilizado mundialmente, nos estudos do Turismo, para denominar o “segmento de viajantes que têm um estilo de viagem independente, flexível e econômico por longos períodos e que buscam conhecer vários destinos numa mesma viagem” (OLIVEIRA, 2008, p.91).





consumo caracterizem novas formas de (re)ligação? Tendo feito a apresentação das duas séries, tentaremos, com a ajuda de exemplos extraídos dos desenhos, destacar diferenças e possíveis intersecções entre modernidade e pós-modernidade. Nosso objetivo, ao ressaltar os deslocamentos ocorridos no Ocidente nas últimas décadas, especialmente no que diz respeito à identidade e às maneiras de nos relacionarmos com o Outro, é tentar compreender as razões pelas quais, nesse processo de transição, o consumo assume um papel tão central.

De acordo com Pierucci, a Sociologia da Religião de Weber distingue duas formas de religiosidade: magia e religião. Trata-se de duas estratégias de acesso ao sagrado, que se interpenetram na vida prática do sujeito, mas que são conceitualmente separadas por Weber como tipos ideais (PIERUCCI, 2003, p.69). A magia, mais mística, sensorial e ritualista, diz respeito às estratégias de subordinação dos deuses, ou à coação dos espíritos, com a finalidades práticas e alvos objetivos nesta vida, no mundo presente. A religião, pelo contrário, porquanto focaliza prioritariamente a vida após a morte, enfatiza a questão ética, racionalizando e normatizando as práticas cotidianas para atingir a salvação. O objetivo da religião seria, portanto, viver de maneira agradável a um deus único, tal qual o descrito, por exemplo, pela visão de mundo judaico-cristã. O declínio da primeira “estratégia” possibilitou a ascensão da outra, conforme afirma Pierucci:

Não é preciso conhecer muito da sociologia de Weber para daí deduzir, seguindo as regras básicas de seu pensamento, que não há racionalização possível da conduta de vida – e é isto que no fundo interessa a ele como indagação sociológica significativa – sem que se quebre não só o feitiço, mas o poder do feitiço sobre a mente das pessoas. (PIERUCCI, 2003, p.76)

Essa é uma maneira de descrever o processo de desencantamento do mundo, postulado por Weber, ao longo de sua obra. Segundo o autor, desde o início da era moderna, o Ocidente vem passando por um processo de racionalização da vida, que, ao contrário do que muitos pensam, antes mesmo de ter sido efetuado pela ciência e pelo Iluminismo, começou a se delinear dentro da própria esfera religiosa. O abandono da magia em favor da religião, que teve seus fundamentos no profetismo judaico e desenvolveu-se



no seio do cristianismo, atingindo o ápice, segundo Weber, no protestantismo de linha calvinista e puritana<sup>6</sup>, com sua ênfase no cumprimento de práticas ascéticas<sup>7</sup>, isto é, baseadas no autocontrole, na abstenção do pecado e no cultivo de uma vida disciplinada, desencantou o mundo, ao racionalizar a vida no nível prático-ético. A conduta racional da vida, religiosa nos termos weberianos, bem exemplificada nos escritos de Benjamin Franklin e no protestantismo de linha calvinista, possibilitou a emergência do capitalismo no Ocidente. Naquele cenário, habilidades como, por exemplo, cultivar hábitos, ajustar-se a rotinas e adiar a satisfação (BAUMAN, 2005, p.72) eram extremamente recomendadas, pois, como afirma Bauman, “nossos ancestrais eram treinados e moldados por suas sociedades como, acima de tudo, produtores” (BAUMAN, 2005, p.72).

Pensar no moderno desencantamento do mundo abre espaço para refletirmos, conseqüentemente, na possibilidade de sua reversão. Seria possível vivenciarmos a emergência de um reencantamento do mundo? Segundo Pierucci, o próprio Weber, numa seção dedicada a uma esfera da existência humana nem religiosa nem racional, inserida na obra *Ensaio reunidos de Sociologia da Religião*, nos abriu este precedente. Ao utilizar a expressão “encantar todo o mundo” referindo-se ao “amor sexual e a euforia do amante feliz” (PIERUCCI, 2003, p.220), Weber abriu, de acordo com Pierucci, a possibilidade de um novo encantamento do mundo e da vida, não simplesmente através do “alardeado ‘retorno do sagrado’” (PIERUCCI, 2003, p.221), mas sim por meio do erotismo.

Inspirado em pensadores que se debruçaram intensamente sobre a religião para tentar compreender as nuances de certas formas de agregação social<sup>8</sup>, Maffesoli é outro que admite a possibilidade de reencantamento do

---

<sup>6</sup> O puritanismo foi um movimento religioso protestante dos séculos XVI e XVII, fortemente influenciado pela teologia calvinista, que surgiu dentro da Igreja da Inglaterra e das igrejas independentes e que “desejava maior pureza na Igreja, no estado e na sociedade” (LOPES, 2004, p.172).

<sup>7</sup> Para Weber, o ascetismo puritano podia ser classificado como “intramundano”, pois, diferentemente da ascese praticada pelos monges medievais, que se retiravam do mundo em busca de uma vida piedosa, a ascese puritana voltava-se para o trabalho e para os hábitos da vida cotidiana comum.

<sup>8</sup> A influência de autores como Durkheim, Weber e Freud é bastante forte na obra de Maffesoli.



mundo. Percebendo os contrastes entre os grupos contratuais modernos, no interior dos quais indivíduos exerciam funções bem definidas, e as tribos urbanas, que caracterizam as ambiências pós-modernas, o autor sugere que o resgate do contato, da união, da partilha e dos rituais, nos modos de vida atuais coopera para o reencantamento do mundo.

A lógica econômica que prevaleceu na Modernidade, e que privilegiou, ao mesmo tempo, o projeto político e a atomização individual, não podia de forma alguma integrar a dimensão de um imaginário coletivo, quando muito podia concebê-la como um suplemento da alma, um “figurante” para uso privado e supérfluo. O que vem a dar, sem derramamento de sangue, no “desencantamento do mundo” (*Entzuberung*) que conhecemos (...) O pequeno grupo, pelo contrário, tende a restaurar, estruturalmente, a eficácia simbólica. E, pouco a pouco, vemos a constituição de uma rede mística, com fios mais sólidos, que permite falar do ressurgimento do cultural na vida social. Eis a lição essencial que nos dá essa época de massas. Épocas como esta se apóiam principalmente na concatenação de grupos com intencionalidades estilhaçadas, mas exigentes. É isso o que proponho chamar de reencantamento do mundo. (MAFFESOLI, 1998, p.117)

Maffesoli utiliza a religião – sinônimo, para ele, de “religação” (MAFFESOLI, 1998, p.109) – como uma metáfora que pode ajudar a compreender a dinâmica das relações atuais, bem como, a maneira como estas contribuem para o reencantamento do mundo. Religião, no pensamento do autor, é preciso esclarecer, está muito mais ligada à partilha grupal de emoções, ao “contágio do sentimento” (MAFFESOLI, 1998, p.19) e à repetição de rituais, do que, propriamente, à experiência religiosa, no sentido estrito do termo. Suas expressões remetem à “relação tátil” (MAFFESOLI, 1998, p.102) e à “aura estética” (MAFFESOLI, 1998, p.20) que, para ele, predominam na pós-modernidade:

Beber junto, jogar conversa fora, falar dos assuntos banais que pontuam a vida de todo dia provocam o “sair de si” e através disso, criam a *aura* específica que serve de cimento para o tribalismo. Como se vê, não é necessário reduzir o êxtase a algumas situações extremas particularmente tipificadas. O dionisiaco remete, seguramente, à promiscuidade sexual e a outras efervescências afetuais e festivas, mas também permite compreender a elaboração das opiniões comuns, das crenças coletivas ou da doxa comum. (MAFFESOLI, 1998, p.38)

Percebe-se, pois, por sua tão ampla abordagem, que o que Maffesoli chama de religião, é, de fato, uma forma ressignificada, ou talvez



metaforizada, de religião, curiosamente bem próxima do erotismo, e capaz de trazer o encanto novamente às nossas experiências. Assim, tanto Pierucci, quanto Maffesoli, parecem apontar para o fato de que o reencantamento do mundo compreende não um simples retorno à magia, mas sim um resgate dos sentidos, do sensível, do toque, da emoção e do prazer de estar junto. Acreditamos, porém, que o caráter imediatista, ritualista, despreocupado com a ética e consumista está tão presente na magia, como descreve Pierucci (2003, p.75), quanto nas vivências pós-modernas.

Se observarmos, por exemplo, as tribos que, para Maffesoli, caracterizam o modo próprio de vivenciarmos e organizarmos nossas relações sociais nos ambientes urbanos da atualidade, perceberemos tanto a efemeridade e a fluidez que lhes são peculiares, quanto, também, por isso mesmo, a importância do ritual como “cimento” social, elemento que unifica, agrega e, ao mesmo tempo, de forma ambígua, distingue e separa. Maffesoli está se referindo a ritos de massa de toda ordem, os quais se pode observar nas mais variadas práticas humanas, como as relacionadas à moda, ao lazer, aos esportes e, é claro, ao consumo:

Vamos encontrá-los na fúria consumista (consumatória?) das grandes lojas de departamentos, dos hipermercados, dos centros comerciais que, é certo, vendem produtos, mas, antes de tudo, destilam simbolismo, quer dizer, a impressão de pertencer a uma espécie comum (MAFFESOLI, 1998, p.139).

Para ele é evidente que, na ausência dos projetos coletivos voltados para o futuro, que serviam para conferir identidade na época moderna, os membros dos grupos afinitários pós-modernos gastam toda a sua energia na criação e manutenção da própria tribo, através desses rituais, cuja única função é “reafirmar o sentimento que um dado grupo tem de si mesmo” (MAFFESOLI, 1998, p.20). De acordo com Maffesoli, esses agrupamentos tendem a substituir a função da religião tradicional e institucionalizada, na frieza desumanizante das megalópoles contemporâneas: “a transformação urbana talvez seja correlativa de uma descristianização galopante, favorecendo um sincretismo religioso de efeitos ainda não calculados” (MAFFESOLI, 1998, p.62). É precisamente nesse sentido que o reencantamento do mundo parece se delinear atualmente. Deborah Silva tece



considerações semelhantes às de Maffesoli, enfocando mais especificamente o papel da publicidade:

Ao atribuir outros significados a produtos e serviços a publicidade propõe-se a ser ferramenta através da qual os seres humanos poderão experimentar novamente o encantamento na fruição da experiência de consumo imbricada com a religião, compreender como as emoções que antes eram experimentadas dentro do âmbito da experiência religiosa, em lenta medida e junto a outros eventos sociais, passam a ocorrer também no universo do consumo (SILVA, 2009, p.13)

Porém, se a estética, os rituais e o afeto se configuram como laço define as relações na pós-modernidade, “expressão mais simples e mais prospectiva da saturação do político e de seu suporte que é o individualismo” (MAFFESOLI, 1998, p.99), voltemos agora, nossas atenções, de forma breve, para outro aspecto marcante da modernidade e que, por esta razão, acionaremos a fim de analisar a conjuntura atual.

### **O papel da concepção protestante vocação na constituição da modernidade**

Colin Campbell, que investigou como a propensão moderna para o consumo, notadamente hedonista, foi capaz de florescer num contexto marcado pelo ascetismo protestante de linha puritana, na Inglaterra, a partir da revolução industrial, afirma que “exigia-se do puritano levar uma vida ordeira e disciplinada, na qual o tempo e os dons não tivessem de ser desperdiçados” (CAMPBELL, 2001, p.148). Mas além do ascetismo, a ética protestante valorizava outro aspecto que, particularmente, nos interessa aqui: “a operosidade dedicada a um chamamento” (CAMPBELL, 2001, p.144).

Weber demonstrou como os reformadores protestantes, apesar de motivados por razões religiosas e de estarem preocupados, acima de tudo, com a salvação da alma, principalmente a partir das ideias de Lutero a respeito de vocação, terminaram por gerar um componente básico da ética que possibilitou o capitalismo no início da modernidade. Ao inserir as palavras vocação ou chamado para além do discurso eclesialístico ou monástico, Lutero<sup>9</sup> revolucionou a sociedade de sua época, afirmando que

---

<sup>9</sup> As ideias de Martinho Lutero a respeito da vocação dos cristãos foram reunidas no que se convencionou chamar, em Teologia, como doutrina do Sacerdócio Universal dos Crentes, e





todos os cristãos, no desempenho de seus afazeres hodiernos, devem fazê-lo como uma resposta ao chamado divino:

As obras dos monges e dos sacerdotes, por sagradas e difíceis que sejam, em absoluto, em nada se distinguem, ante os olhos de Deus, das obras de um lavrador que trabalha no campo, nem de uma mulher que atende seus afazeres domésticos, mas que ante o Senhor todos são medidos por uma só fé. Conforme diz Jeremias 5: “Senhor, os teus olhos atentam para a fé”. (LUTERO, 2007, p.76)

Guinness afirma que, para a maioria das pessoas nos tempos medievais, “o termo chamado era reservado para padres, monges e freiras. Todos os demais tinham de ‘trabalhar’” (GUINNESS, 2001, p.41). As proposições feitas por Lutero, abraçadas, posteriormente, por outros reformadores protestantes como João Calvino e Ulrico Zwínglio, foram sistematizadas em importantes documentos das igrejas protestantes<sup>10</sup> e abordadas de maneiras diferentes por variados grupos religiosos, como os quackers, os pietistas, os metodistas e os puritanos. Calvino, por exemplo, ajudou a construir um novo significado para a vida cotidiana das pessoas de sua época, num franco rompimento com as concepções católico-romanas em voga, ao insistir que “deve-se empregar toda diligência para que a glória de Deus resplandeça por nosso intermédio” (CALVINO, 2006, p.158).

A ênfase em vivenciar a fé de forma prática em todos os âmbitos da vida tornou-se exagerada, transformando-se no que Guinness denomina de “distorção protestante” do chamado (GUINNESS, 2001, p.48):

Aos poucos, palavras como trabalho, ofício, emprego e ocupação passaram a ser usadas umas pelas outras como chamado e vocação. À medida que isso acontecia, a diretriz para os chamados mudava; em vez de ser dirigidos pelos mandamentos de Deus, eram vistos como dirigidos pelos deveres e papéis dentro da sociedade. Eventualmente chegou o dia em que fé e chamado foram completamente separados. (GUINNESS, 2001, p.48)

O esvaziamento do aspecto transcendente do chamado pode-se dizer, caminhou junto com a gradual secularização que começava a se desenhar no início da modernidade. À medida que defendiam uma “sociedade

---

acessíveis em várias obras deste reformador, de forma direta ou indireta, dentre as quais podemos destacar “Apelo à Nobreza Cristã da Nação Germânica”, “Da Liberdade Cristã” e “Do Cativo Babilônico da Igreja: um Prelúdio”.

<sup>10</sup> Por exemplo, a Confissão Belga, a Segunda Confissão Helvética e a Confissão de Fé de Westminster.



cristianizada” (OLSON, 2001, p.510) e convocavam cada cristão a vivenciar a fé como resposta a um chamado divino, os puritanos do século XVII passaram a representar, na ótica de Weber, o ápice da racionalização religiosa da vida que desencantou o mundo. O autor interessou-se, assim, em analisar como um tipo de conduta racional dessa natureza, motivado por “sanções psicológicas, originadas nas crenças e práticas religiosas” (WEBER, 2004, p.78), veio a contribuir para o desenvolvimento do “sóbrio capitalismo burguês, com sua organização racional do trabalho” (WEBER, 2004, p.30).

A postura dos puritanos exemplificava bem três aspectos basilares da concepção protestante de vocação: 1) o aspecto religioso, pois apontava para a transcendência, isto é, para a relação do indivíduo com o Deus que chama; 2) o aspecto individual, pois demandava certa consciência de si, da própria identidade; e, por fim, 3) o aspecto comunitário, já que envolvia a função que o indivíduo desempenha na sociedade. Por entendermos o quanto foi decisiva no processo de desencantamento do mundo e na constituição da modernidade, utilizaremos, a seguir, a concepção de vocação como parâmetro para a análise das duas séries de animação, a fim de investigar se realmente estamos vivenciando, na pós-modernidade, uma forma de reencantamento alicerçada no consumo.

### **Considerações finais**

Como afirmamos, a série protagonizada pela locomotiva Thomas evidencia muitos pontos em comum com a modernidade. A autoria de um sacerdote protestante talvez explique este fato, já que diversos elementos e valores, perfeitamente alinhados com a “ética protestante” levantada por Weber, podem ser vistos no desenho, tais como altruísmo, sinceridade, pontualidade, dedicação ao trabalho e modéstia. Do ponto de vista religioso, percebe-se, em Thomas e seus amigos, tanto o exercício da vida como resposta a um “chamamento”, no sentido de Benjamin Franklin (CAMPBELL, 2001, p.145), já esvaziado de uma relação com a figura de Deus e vinculado apenas a uma ideia de dever profissional, próximo do que Guinness entende



por “distorção protestante”; quanto um ascetismo racional, no trabalho e na vida cotidiana, próprio do puritanismo do séc.XVII.

Por outro lado, a impermanência, a importância dada ao contato, à emoção e à experiência, a globalização, a onipresença tecnológica e midiática nos relacionamentos em rede, além do caráter notadamente hedonista, parecem caracterizar as aventuras da Turma do Doki. A série, com efeito, parece refletir o contexto pós-moderno e secularizado, no qual responder ao chamado divino no cumprimento de uma vida cotidiana pautada pela ética e por noções de dever não faz sentido. O consumo de novas experiências, lugares e produtos, desfrutadas de forma grupal, com os amigos, parece fortalecer o sentimento de união – como faziam os rituais mágicos de outrora por sua repetição – e favorecer o sair de si, colaborando para o reencantamento do mundo.

Se tomarmos o aspecto individual da concepção protestante de vocação, enquanto Thomas e seus amigos desempenham uma função fixa, bem determinada e estabelecida contratualmente, demarcando suas posições sociais, em *A Turma do Doki*, demonstramos que as identidades apresentam-se bastante fluidas e transitórias, dentro de uma estrutura grupal e orgânica. À medida que novas vivências são experimentadas, as identidades vão sendo construídas, especialmente via consumo.

A própria relação com o outro – aspecto comunitário da vocação – nos episódios de *A Turma do Doki*, reflete certo viés consumista, uma vez que as conexões com o outro visam exclusivamente um objetivo: o prazer desfrutar novas experiências. Em contraste, o maior elogio que o trenzinho Thomas pode receber é o de ser considerado “um trem muito útil” em seu serviço prestado à sociedade, o que reflete os ideais modernos vinculados ao progresso e ao desenvolvimento.

Enquanto o grupo afinitário do cãozinho Doki aparentemente fornece calor e afeto, o maquinário em Thomas e seus amigos demonstra a artificialidade tipicamente moderna. As vivências grupais pós-modernas estariam efetivamente a (re)ligar as pessoas e reencantar o mundo? Ao que parece, estamos todos, em maior ou menor grau, a apostar nisso.



## Referências

- BAUMAN, Z. Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi.** Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2005.
- BHABHA, H. O local da cultura.** Belo Horizonte: UFMG, 1998.
- CALVINO, J. As Institutas.** São Paulo: Cultura Cristã, 2006. v.3.
- CAMPBELL, C. A ética romântica e o espírito do consumismo moderno.** Rio de Janeiro: Rocco, 2001.
- GUINNESS, O. O Chamado.** São Paulo: Cultura Cristã, 2001.
- HALL, Stuart. Identidade Cultural na Pós-Modernidade.** 10 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- JAMESON, Fredric. Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio.** 2 ed. São Paulo: Ática, 2002.
- LOPES, Augustus Nicodemus. A Bíblia e seus Intérpretes: uma breve história da interpretação.** São Paulo: Cultura Cristã, 2004.
- LUTERO, Martinho. Do Cativoiro Babilônico da Igreja.** São Paulo: Martin Claret, 2007.
- MAFFESOLI, M. O tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa.** 2 ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- OLIVEIRA, R. J. Turismo Backpacker – Estudo dos viajantes internacionais no Brasil.** **CULTUR** – Revista de Cultura e Turismo, v.2, n.1, p.90-104, 2008.
- OLSON, George E. História da Teologia Cristã: 2000 anos de tradição e reformas.** São Paulo: Editora Vida, 2001.
- PIERUCCI, Antônio Flávio. O desencantamento do mundo: todos os passos do conceito em Max Weber.** São Paulo: Editora 34, 2005.
- SILVA, D. P.; O encantamento e o consumo. As relações entre publicidade e religião no início do século XXI.** In: XXXII Congresso Brasileiro de Comunicação, 2009, Curitiba. Anais do ... Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009. v. 1.
- WEBER, Max. A ética protestante e o espírito do capitalismo.** São Paulo: Editora Martin Claret, 2004.