

# Ressurreição em Outubro

Setembro finalmente morreu com sintomas primaveris, dentre os quais destacamos uma hemoptise, cuja causa já não consta em depoimentos ou laudos oficiais, mas a opinião pública oferece duas hipóteses principais.

Na primeira, o mês teria morrido após inalar o gás de um refrigerante contendo um roedor contaminado pela bactéria leptospira, numa forma superpotente que a ciência ocidental alega desconhecer, mas que acusa ser de variação cubana.

Para tornar essa versão mais crível, teríamos de admitir que o abstrato defunto, assim como o ambicioso e ingênuo rato, é capitalista. E isso vai de encontro aos princípios libertários e ecológicos que a ele sempre foram associados.

Na segunda, o fantasma setembrino tivera uma sorte menos vergonhosa, porém não menos dolorosa. A tosse expelia o sangue de vários professores e há evidências irrefutáveis de que fora vítima de tortura, embora ainda não se saiba o que os responsáveis pretendiam obter como confissão.

Os assassinos alegaram que teriam confundido o finado com um dos suspeitos da morte do rock no Brasil há sabe-se lá quantos anos. Não que se importassem com o rock ou qualquer música de qualidade, só salivavam pela antecipação do gosto de vingança irracional.

O fato é que o findável período de 30 dias sepultado está, junto aos outros meses menos importantes, indignos de memória por não engendram o veraneio. Como bem apontou um gênio de quem sou enamorado: "O povo ama as coisas que o alegram". Sendo a morte em si não um rito de pesar, mas de passagem, mudemos apenas o tom e continuemos nesse assunto.

Morta estava também aquela que encarna a angústia, a apatia dessa geração mais blasé de jovens: a atriz Kristen Stewart. Dessa vez como Branca de Neve, em "Branca de Neve e o Caçador", filme ao qual assisti há mais de duas horas. Jazia ali, ainda sem expressões faciais e emoções verossímeis, mas de olhos fechados.

Achei que o filme atingira então seu potencial máximo, especialmente depois que o Príncipe William Encantado a havia beijado e ela continuara convicta de sua profunda indiferença - ainda de olhos fechados. Estava tentando esquecer da outra possibilidade de ressurreição da moça: o caçador medieval de coração terno.

Claro que, num universo mágico que ia do umbral ao paraíso das fadas (estas menos sexualmente apelativas que as de "True Blood"), todos tinham poderes místicos.

A bruxa regente, com nome de diva pop ou estrela do Disney Channel - Ravenna -, tinha os seus; o Príncipe Encantado era praticamente um arqueiro élfico com muita falta de vitamina D; até a Branca de Neve seduzia trolls com um feitiço não-verbal que consistia em efeitos de edição de propagandas de cosméticos e shampoos femininos.

O caçador não fora ignorado. Apesar de uma destreza questionável, tinha um faro e um tino insuperáveis para localizar e abater animais ricos em Whey Protein e esteroides. Não havia sequer pêlos, penas ou escamas a desperdiçar, tudo colaborava para esculpir seu corpo invejável por dentro com hormônios. Sua viuvez ativou nele outro superpoder: o alcoolismo.

Depois que Charlize Theron (Ravenna), toda montada em drag king gótico, surpreendeu Kristen Stewart no acampamento e deu-lhe uma maçã com leptospira cubana dentro, o caçador ficou abalado e passou a beber mais. Foi então que, velando o corpo da donzela, seu coração transbordou confissões e ele a beijou. Meu estômago deu uma embrulhada por saber que a princesa voltaria. E outra mais por saber que a história não seria interrompida ali para uma sequência.

Foi quando me recordei do mundo virtual.

Setembro se fora, e o que restou para o começo de outubro, no mundo online - além do recado da banda Green Day de que seus integrantes estavam, afinal, acordados -, foi outro desgosto trazido pela bebida. Melhor dizendo, pelo mercado publicitário desse segmento.

Digam o que bem entenderem, mas quando se deixa claro num filme que o beijo do verdadeiro amor não é nada se comparado ao ósculo de um semi-deus alcoólatra, parece-me que o recado está dado: ou o bafo era tão insuportável que a matou novamente, obrigando a lógica universal a trazê-la de volta do mundo dos mortos; ou a tradicional bebida era tão deliciosa que ela pediu mais tempo às divindades, para embarcar no vício de quem a iniciou.

Como podemos ver, meus colegas publicitários, o cinema é uma possibilidade fantástica. Há outras brechas no roteiro que possibilitariam um tipo de "slogan subliminar": Ravenna se banhava em leite para ficar mais bela e jovem, mas não funcionava muito bem. Se tivesse nadado numa piscina de cerveja preta, aí teria achado a imortalidade que almejava, afinal Branca de Neve ganhou toda uma resiliência só por saliva.

Em realidade, a objetificação da mulher funcionava mais quando os homens heterossexuais dominantes eram imbecis o suficiente para acreditar em falácias tão baratas. Hoje eles caminham para a evolução que irá levá-los de "machos" para Homens, o que os torna bem menos "imbecis dominantes". E isso é inevitável. Ou seja, endossemos também as campanhas de consumo consciente de álcool com publicidade consciente. Afinal, é pela sagacidade que se conhece o verdadeiro publicitário.

Obra original disponível em:

<http://www.overmundo.com.br/banco/ressurreicao-em-outubro>