

AUTOFICÇÃO EM *JOURNAL D'UN FANTÔME* DE NICOLAS DE CRÉCY

ISABEL PEIXOTO CORREIA

Universidade do Minho e Escola Secundária de Vila Verde

isabelpeixotocorreia@gmail.com

SANDRA RAQUEL SILVA

Universidade do Minho e Escola E.B. 2/3 Bernardino Machado

silva.sandraraquel@gmail.com

Resumo

A génese de *Journal d'un fantôme*, de Nicolas de Crécy, radica numa *Geo hors-série*, concebida por artistas gráficos. Esta experiência virá a ser problematizada pelo autor, o qual se questiona acerca da viagem ao Brasil, do alojamento que lhe é providenciado, do que vê, do estatuto que a revista lhe confere e, até, da sua responsabilidade futura. Efectivamente, cada vez mais cidadãos questionam as viagens. Ou o "grand tour" ou nada. O nosso mundo assemelha-se cada vez mais – como no filme homónimo de Jia Zhang-Ke – a um parque temático. A aparente traição do artista pode reverter a favor da indústria cultural, para a qual, provavelmente, também não há má publicidade. Importa é descobrir de que forma de Crécy solicita à realidade que se torne fantástica – e como poderemos descodificar a autoficção nesta narrativa literária e visual.

Abstract

The origin of *Journal d'un fantôme*, by Nicolas de Crécy, comes from a *GÉO* hors-series, designed by graphic artists. This experience will be totally engaged by the author, who questions himself regarding the trip to Brasil, the lodging to him offered, what he sees, the status the magazine gives him and even of his future responsibility. Truly, each day more citizens question their voyages. The "grand tour" or nothing. Each day our world resembles more – like in the homonym film by Jia Zhang-Ke - a theme park. The apparent artist's treason can benefit the cultural industry, to which, probably, there is also no bad publicity. The important thing is to discover how de Crécy asks reality to become fantasy and how we might decode the self-fiction in this literary and visual narrative.

Palavras-chave: Nicolas de Crécy, Autoficção, Teoria das viagens

Keywords: Nicolas de Crécy, Self-fiction, Travel theory

Isabel Peixoto Correia e Sandra Raquel Silva, "Autoficção em *Journal d'un fantôme* de Nicolas de Crécy", *Carnets*, Cultures littéraires: nouvelles performances et développement, nº spécial, automne / hiver 2009, pp. 415-431.
<http://carnets.web.ua.pt/>

ISSN 1646-7698

A relação de algumas obras de Nicolas de Crécy com as viagens é complexa. Tal como Claude Lévi-Strauss, que inicia, emblemática e paradoxalmente, *Tristes Trópicos* com a frase “Odeio as viagens e os exploradores”, de Crécy, em parceria com Raphaël Meltz, cria uma Lisboa imaginada *de toutes pièces*, caucionada por Bernardo Soares, segundo o qual “pour voyager il suffit d'exister” (2002: 3). Fernando Pessoa, para quem viajar implicava perder países, era apologista das viagens imóveis. Muitas serão as interpretações deste verso (truncado). Estamos em crer, todavia, que a perda é a da imagem mental que fazemos desses países¹.

Uma de nós, não diremos qual, achou a Esfinge desoladoramente pequena. A outra ficou assombrada face à pequenez da *Mona Lisa*. Mas regressemos às viagens (efectivamente) imóveis. À semelhança de Xavier de Maistre e de Huysmans, os quais inauguraram o conceito, Meltz e de Crécy descrevem e ilustram uma Lisboa aonde nunca foram. À semelhança de Georges Perec², a falsa narrativa de viagens segue um roteiro aparentemente verosímil, porém relatado, nos momentos mais importantes, no condicional: “Il faudrait: partir. Il faudrait réunir quelques amis, mes papiers, de l'argent, et aussi un guide (bien sûr); il faudrait: prendre l'avion et arriver...” (Meltz e de Crécy, 2002: 4). À imagem de um roteiro, a experiência decorre ao longo de quatro dias.

Provavelmente, Meltz e de Crécy não sofrem da “grande maladie de l'horreur du domicile”³. São perfeitamente capazes de ficar sossegados nos seus aposentos⁴ e têm, por certo, um sítio onde pendurar o chapéu⁵. Por isso, o passo seguinte consistiu em deslocarem-se a Lisboa para verificar a conformidade da sua viagem mental com a realidade lisboeta: “Maintenant je peux y aller, à Lisbonne.” (Meltz e de Crécy, 2002: 78). Uma coisa, todavia, é certa: não há uma, mas várias Lisboas. A pluralidade das fontes convocadas neste álbum de técnica mista mostrava quão diversas têm sido, ao longo do tempo, as leituras e representações de Lisboa e dos Portugueses. É altamente improvável que, para preparar *Lisbonne, un voyage imaginaire*, de Crécy tenha lido William Beckford. Mas, duzentos anos volvidos, registamos a coincidência, num mesmo texto, da escrita diarística com a viagem como pano de fundo.

Em 2002, de Crécy foi convidado pela revista **GÉO** para participar num projecto intitulado “Le monde dessiné par les plus grands”. *Les plus grands* eram, além de de Crécy, desenhadores de referência: Loustal, Schuiten, Juillard, Dupuy & Berberian, Boucq, Blain, Mattotti, Moebius e Muñoz. Esta iniciativa, enquadrada numa estratégia de *marketing*

¹ Em *Uma ideia da Índia*, Alberto Moravia afirma “À medida que os quilómetros vão passando nos marcos à beira da estrada e os lugares tão sonhados vão desfilando, um sentimento de desilusão, a princípio incerto e depois cada vez mais convicto insinua-se no espírito do viajante que vai em busca do pitoresco.” (2008: 71).

² In *Les Choses*.

³ V. Baudelaire.

⁴ V. Pascal.

⁵ V. Chatwin.

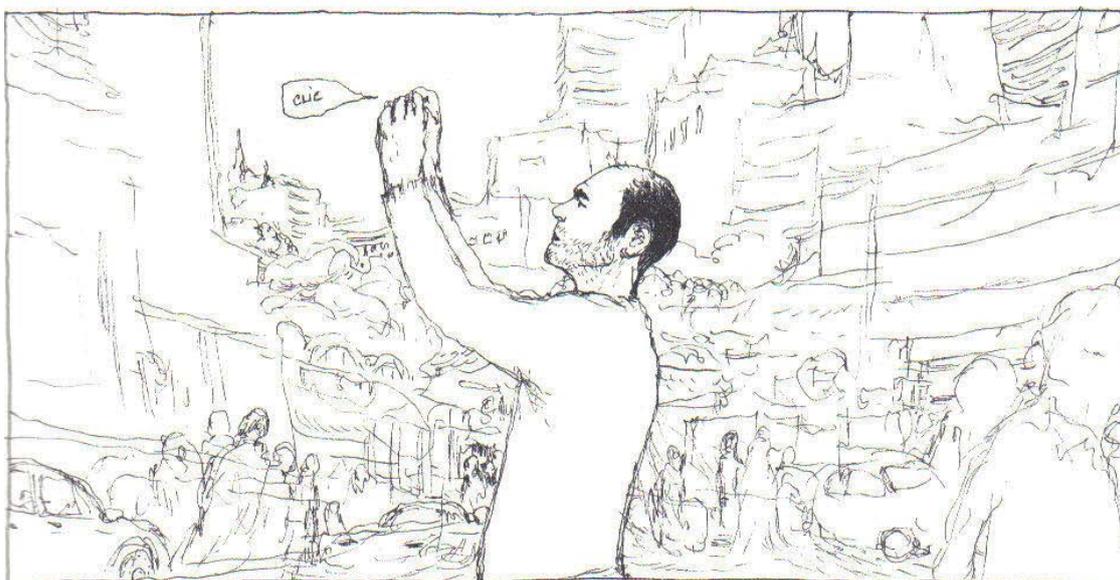
complexa, envolveu, igualmente, a publicação, pela Casterman, de um álbum intitulado ***La bande dessinée part en voyage***; e uma exposição itinerante. A ligação da banda desenhada às viagens é estreita, basta lembrar Tintin e Corto Maltese. Ao contrário de outros autores, é o próprio de Crécy quem escreve o texto que acompanha as aquarelas feitas em Olinda e no Recife. Inesperadamente, dado que se trata de uma encomenda de uma revista de grande tiragem, co-financiada pelo “Office du Tourisme de Pernambouc” (L’album *GEO*, 2007: 136), o texto revela algum desconforto por parte do ilustrador. Desconforto da viagem: “Seize heures d’avion avec des grandes jambes” (de Crécy, 2003: 54). Desconforto climático: “Une chaleur tellement humide que j’arrive tout juste à entrevoir Recife à travers les rideaux de pluie” (de Crécy, 2003: 54). Desconforto social: “On cause, on court, on se sourit, on compare sa graisse, on rigole, on montre ses fesses quand elles sont bien faites, son nouveau chapeau ou son dernier lifting” (de Crécy, 2003: 56). Desconforto estético: “[...] l’ombre de repoussants immeubles des années soixante, vestiges d’une modernité déjà caduque.” (de Crécy, 2003: 56). Desconforto criativo: “[...] mes aquarelles m’apparaissent bien fades” (de Crécy, 2003: 54). Desconforto moral: “[...] j’ai devant les yeux une véritable publicité pour voyagistes!” (de Crécy, 2003: 57). Negando o exotismo presente no horizonte de expectativas do leitor de publicações de viagens, de Crécy escreve: “À Recife comme à Paris! (...) le mercado São José, dans la vieille ville me fait penser au marché parisien de Grenelle” (de Crécy, 2003: 57).

Tal como o *carnet de voyage* da Casterman, ***Journal d'un fantôme*** foi concebido a solo – ao contrário de ***Lisbonne, voyage imaginaire***. E, se a ambos subjaz uma ideia paradigmática de viagem, essa ideia situa-se em pólos opostos: num, a viagem como errância; noutra, a viagem imóvel. Acontece, porém, que, com a encomenda da ***GÉO***, de Crécy empreende uma viagem profissional, que tem como objectivo seduzir os leitores para uma viagem “canónica” naquela zona do globo. Ora, as viagens constituem matéria sensível: a partir de um dado estágio de desenvolvimento intelectual, dificilmente um ser humano nascido nos anos sessenta ignorará Bruce Chatwin.

Por conseguinte – e numa lógica de progressiva auto-inquirição –, os dois álbuns constituem reescritas mais elaboradas de publicações anteriores. Talvez por de Crécy não ter concebido o argumento, ***Lisbonne*** não problematiza o seu estágio anterior. O mesmo não se pode dizer de ***Journal d'un fantôme***, onde a experiência anterior é reencenada e renegada com uma subjectividade interdita numa primeira fase. Com efeito, ***Journal d'un fantôme*** é um projecto absolutamente pessoal, não apenas por apontar para a autobiografia, mas também por constituir uma “arte poética”.

Uma das particularidades deste diário autobiográfico de viagem é que suscita, necessariamente, uma leitura literária e icónica. Embora o paratexto (marca literária) aponte

no sentido de uma escrita diarística tradicional, a autoria é imputada a um não ser. Dada a ausência de texto no *incipit*, apenas uma leitura icónica é permitida.



Ainda assim, o facto de as duas primeiras vinhetas constituírem um auto-retrato desenhado de de Crécý corrobora a hipótese de estarmos perante um texto com características autobiográficas. Apesar de a representação gráfica de de Crécý desaparecer após a primeira página do álbum, supõe-se que lhe pertencem as imagens que vê e o recitativo na primeira pessoa⁶. O leitor imerge num universo sobrepovoado de imagens de origem nipónica. A dado momento, o narrador enceta leituras (também elas) icónicas da realidade que o circunda, a tal ponto, que encara as imagens que se lhe deparam como deuses⁷.

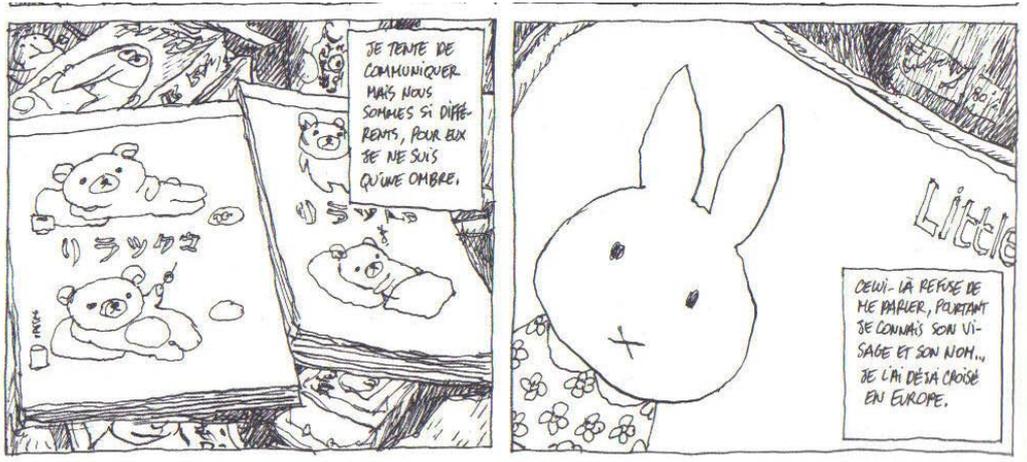
Exactamente como observamos no filme *Lost in Translation*, o Japão parece encarnar, simultaneamente, o paraíso das imagens⁸ e um dos últimos territórios onde o exotismo (um exotismo dos antípodas) se radica. É então que nova personagem – e uma primeira suspeita – se perfila(m): “Tout ce que mon manager rêve de me voir incarner: fidéliser le client” (de Crécý, 2007: 15). A segunda suspeita vem estilhaçar o pacto autobiográfico⁹, visto que o narrador procura comunicar com as imagens que o obcecaram.

⁶ Cf. Groensteen, 2006: 152.

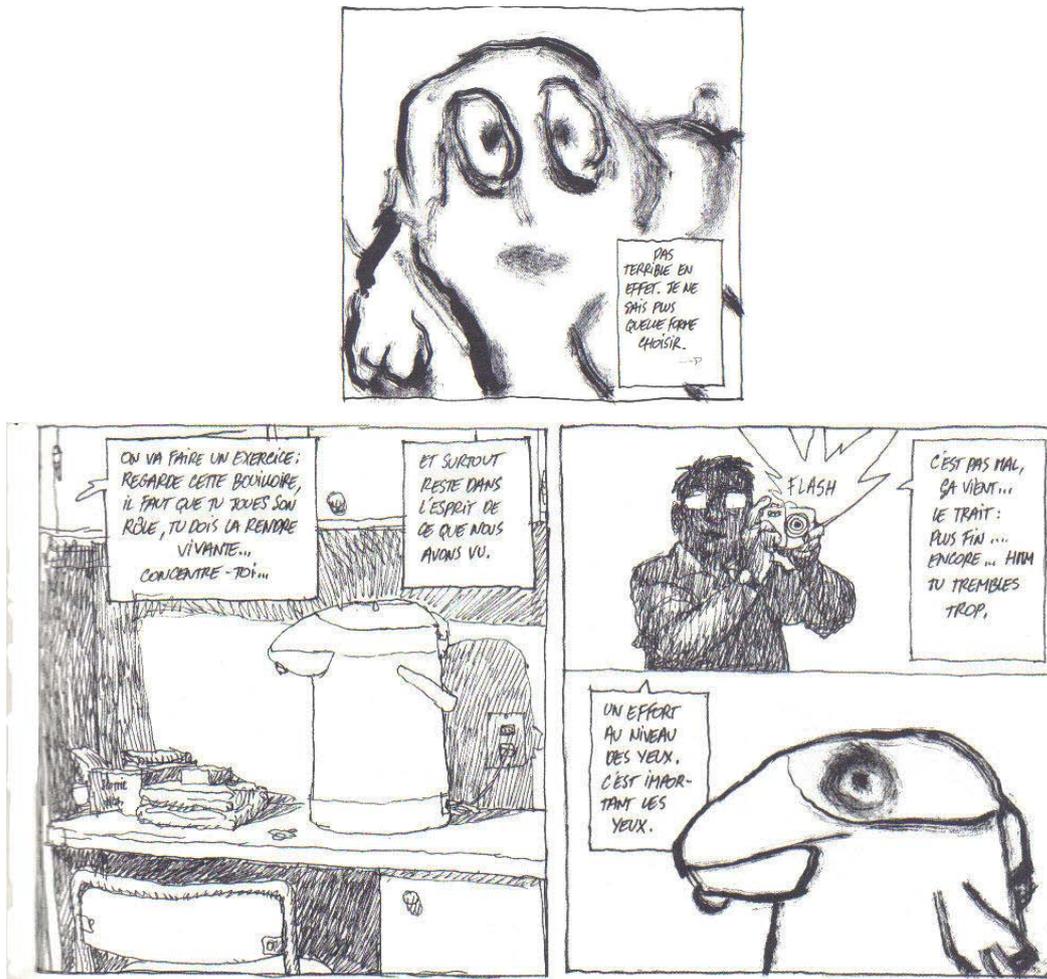
⁷ “Un premier dieu. Magnifique, porte le nom de Qoo. Sans doute en hommage aux trois points qui forment son visage. Sa puissance métaphysique me scotche.” (de Crécý, 2007: 14).

⁸ “[...] ce qui se fait de mieux se trouve ici, parce que le dessin fait partie de l’écriture, et que les dessins sont des dieux.” (de Crécý, 2007: 15).

⁹ V. Lejeune, 1975.



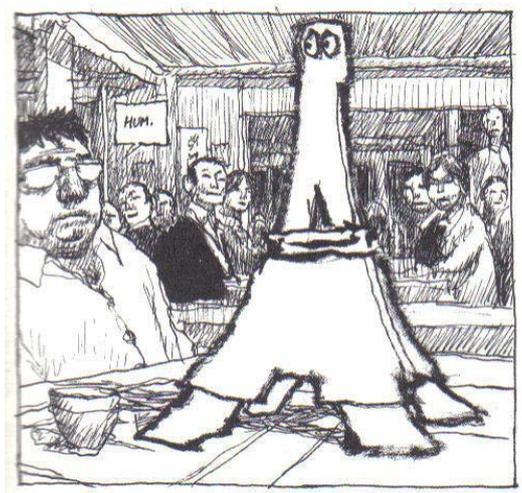
A alusão ao empresário e a um dos pólos mais importantes da sociedade de consumo secundariza a importância do vocábulo *encarnar*. O leitor só visualiza a personagem que assume a narração quando o seu agente lhe tira uma fotografia. Só então nos apercebemos que se trata de um grafismo informe capaz de – com algumas limitações – encarnar, a pedido, as formas que lhe são solicitadas.



O desaparecimento, a partir da segunda página, da inequívoca representação gráfica de de Crécy leva a supor que a criatura informe – bem característica do universo crécyano – é o *fantôme* a que o título alude. Vejam-se as seguintes ilustrações, extraídas, respectivamente, dos álbuns *Monsieur Fruit*, *Prosopopus* e *Le Bibendum Céleste* (segundo volume).

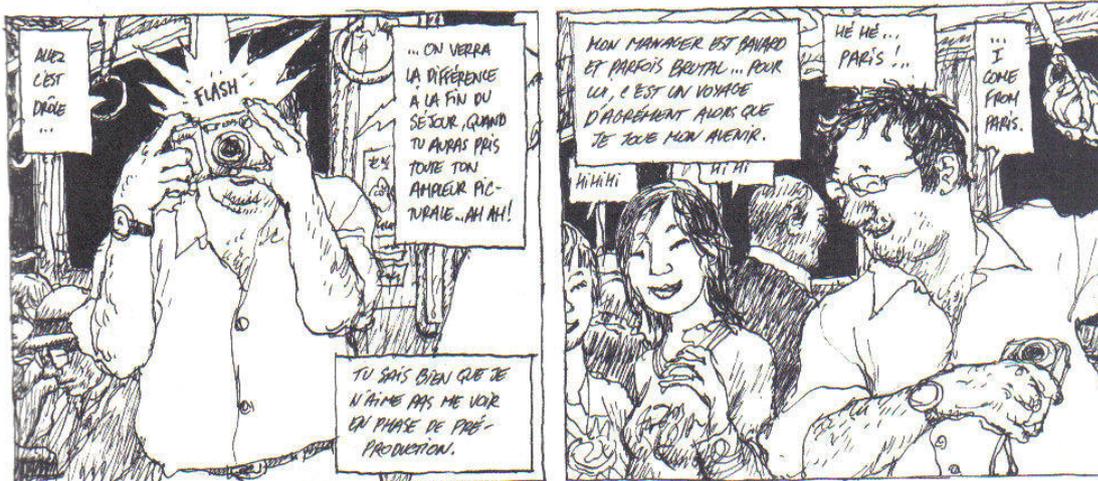


Um fantasma, uma representação, um ente dotado de sentimentos, que, ao longo da narrativa, questiona de forma cada vez mais marcada o carácter e as acções do seu agente. Para este, a viagem de negócios persegue um duplo objectivo: por um lado, ele instiga o grafismo a encarnar uma forma de sucesso (uma mascote para os jogos olímpicos de Paris de 2016), ainda que marcadamente *kitsch*;



por outro, busca afincadamente uma aventura extra-conjugal que, a dado ponto, quase degenera em turismo sexual. Também nesta vertente, o empresário revela uma tendência caricata para recorrer a lugares-comuns¹⁰.

¹⁰ “Amélie Poulain? You know Amélie Poulain? // Montmartre?” (de Crécy, 2007: 19).

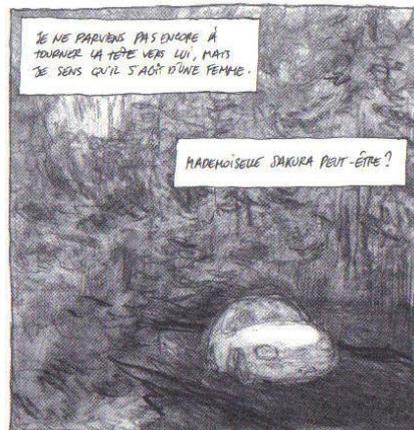


A partir de alusões que vão ao encontro do que ele presume ser a representação estrangeira *mainstream* do charme francês, o empresário fará prova do seu desconhecimento dos estereótipos que a todo o momento convoca¹¹.



Recapitulando: já aludimos à viagem imóvel e à viagem como errância. Estávamos em pleno domínio da viagem de negócios e da viagem de inspiração criativa. E, efectivamente, o fantasma sonha: “Et ça c’est important pour un dessin.” (de Crécy, 2007: 48). Sonha-se gota de chuva e empreende um percurso de automóvel: nova metamorfose da viagem. Onírica, impregnada por um imaginário cinematográfico. Observamos o grafismo evoluir e sofrer uma translação, mudando de técnica e importando documentos autênticos. “On the road”, sim, mas actualizado: com GPS (de Crécy, 2007: 62)

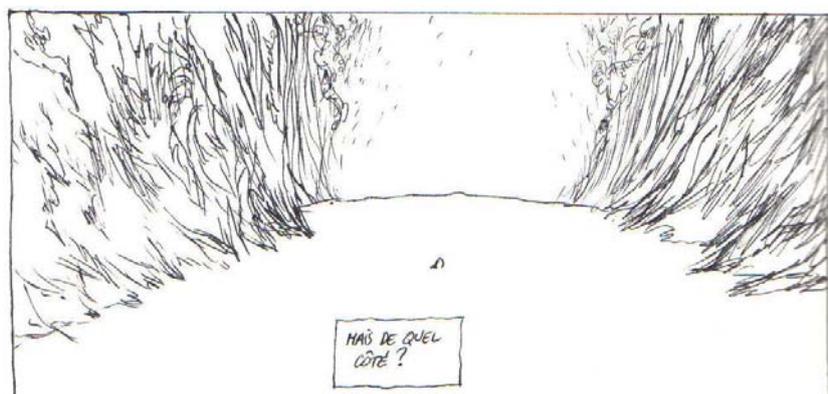
¹¹ “ ? // - Vous connaissez n’ est-ce pas? Amélie Poulain. // Ah! Oui bien sûr je connais... je n’avais jamais écouté...” (de Crécy, 2007: 19).



e polícias de trânsito virtuais (2007: 60-61).



A personagem feminina com quem o desenho parecia empreender viagem era, possivelmente, a filha morta de um bonzo melómano em cuja casa haviam pernoitado. Instado a elaborar um desenho, é Montmartre que o grafismo esquiça, partindo logo de seguida para um novo *topos* do deslocamento: a viagem ferroviária. Ao contar a Mademoiselle Sakura – a guia designada pela agência – o sonho da véspera, o grafismo opera uma prolepse. Passamos rapidamente da luz e da areia do deserto para dois oceanos que se fazem face.



Poderíamos aventar a hipótese de estes representarem as duas viagens que claramente dividem esta obra em duas partes assaz distintas, interligadas pela personagem informe. Ora, de acordo com o *Dictionnaire des symboles*, “Les eaux, masse indifférenciée, représentent l’infinité des possibles, elles contiennent tout le virtuel, l’informel, le germe des germes, toutes les promesses de développement, mais aussi toutes les menaces de résorption.” (Chevalier e Gheerbrant, 1996: 374). Por seu turno, “L’océan, la mer, sont, en raison de leur étendue, apparemment, sans limite, les images de l’indistinction primordiale, de l’indétermination principielle.” (Chevalier e Gheerbrant, 1996: 684). À semelhança de Moisés e os Hebreus¹², a personagem informe encontra-se perante as águas apartadas de um oceano. Diferentemente das personagens bíblicas, porém, ela penetra na água: “S’immerger dans les eaux pour en ressortir sans s’y dissoudre totalement, sauf pour une mort symbolique, c’est retourner aux sources, se *ressourcer* dans un immense réservoir de potentiel et y puiser une force nouvelle (...)” (Chevalier e Gheerbrant, 1996: 374). Retemperar as forças permite uma nova prolepse: sob a forma de gotas de chuva, o Brasil projecta-se no comboio japonês¹³.

De certa forma, a viagem reveste agora a forma de peregrinação¹⁴. Adoptamos este registo dubitativo porque, embora haja alusões gráficas e não gráficas a várias religiões (catolicismo, budismo, sincretismo brasileiro), o narrador nunca se identifica com nenhuma delas.

A narrativa japonesa conclui-se com a frase emblemática “Les voyages forment le regard” (de Crécy, 2007: 101), a qual constitui testemunho de uma viagem interior. A sutura entre as duas partes dá-se no entre-lugar que é o avião, onde criador e criatura se reúnem, tentando encontrar nos seus múltiplos *eus* a identidade do sujeito fragmentado (simbolizado nos óculos partidos do empresário e na visão distorcida que este tem do “fantôme”). O eu que escreve/desenha este diário é, simultaneamente, a personagem cuja representação gráfica é o de Crécy ser histórico, o “fantôme” que, em nosso entender, representa o impulso criativo e a consciência ética; e talvez – talvez – o “manager”, com os seus impulsos libidinosos e a sua inépcia emocional e social. Não deixa de ser curioso que quase sempre que o fantasma sonha, o empresário se encontre a dormir. A acreditar nesta hipótese, de Crécy seria o desenhador que celebra e honra contratos com entidades como a revista **GÉO**, mas que, *a posteriori*, os rejeita. Assim, ao longo desta primeira parte – e de forma mais vincada na sutura que a viagem de avião opera –, assistimos a um conflito permanente

¹² Cumpre referir que o *Livro do Êxodo* constitui uma matriz da narrativa de viagens.

¹³ “Les gouttes de pluie étaient chargées d’une odeur différente; la fin d’un orage. // Rien dans cet endroit ne me paraissait familier – j’étais ailleurs, c’est certain, en terrain catholique, mais en terrain inconnu.” (de Crécy, 2007: 86).

¹⁴ Os relatos de peregrinos constituem outra das matrizes (mais recente do que o *Livro do Êxodo*) da Literatura de viagens.

entre estas três manifestações do eu. Estes três *je* não são *un autre*, mas antes *le même*, fragmentos de um ente mais complexo, o autor. Assim se explica que o fantasma adivinhe os pensamentos do empresário e que a efigie de de Crécý saiba o que aquele pensa.



Adormecido o empresário, criador (de Crécý) e criatura (“fantôme”) discutem acerca dos limites criativos do desenho. Para de Crécý, representar (mal) Montmartre “[...] c’est un cliché pour touristes, équivalent à la Tour Eiffel, facile à comprendre et à la limite facile à dessiner” (de Crécý, 2007: 116). Por conseguinte, propõe-se ensinar-lhe novas técnicas: ao nível da cor¹⁵, da estrutura narrativa¹⁶ e das formas¹⁷. Metaficcionalmente, o ser histórico invade a vida do ser informe, que o acusa de lhe cortar a palavra¹⁸. Esta invasão vem explicar, analepticamente, os detalhes concretos da viagem onírica anterior: Frédéric Boilet propõe-lhe uma ida ao Japão¹⁹. Segue-se uma extensa tematização do receio de voar (de Crécý, 2007: 129), que se conclui com uma recriação de “O grito” de Munch.



¹⁵ “(...) le brou de noix (...)” (de Crécý, 2007: 120).

¹⁶ “Ça permet de faire comprendre que c’est du passé (...)” (de Crécý, 2007: 120).

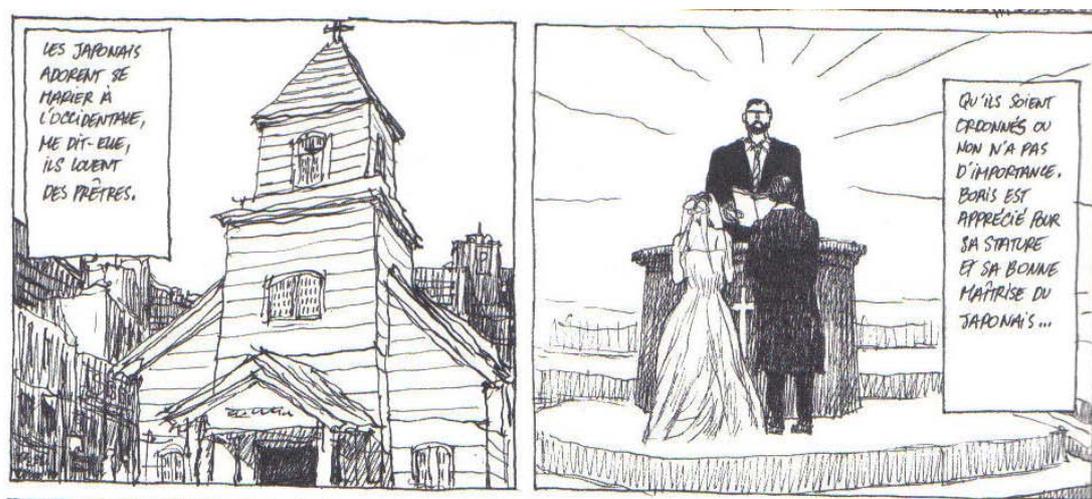
¹⁷ “Et de la végétation, vous savez faire? // Bien sûr que je sais faire. // Non, plus réaliste!” (de Crécý, 2007: 121).

¹⁸ “Vous ne pouvez pas comme ça me prendre la parole (...)” (de Crécý, 2007: 123).

¹⁹ “[...] s’immerger deux semaines et (...) témoigner de son expérience japonaise dans un ouvrage collectif – (des auteurs français et des auteurs japonais)” (de Crécý, 2007: 126).

O apagamento do eu biográfico da primeira parte cede lugar a múltiplos indícios autobiográficos: Frédéric Boilet (de Crécy, 2007:126), “Nicolas qui a étudié à l'École Supérieure d'Aéronautique à Toulouse (...).” (de Crécy, 2007: 129). Uma leitura atenta permite verificar que, quando lhes é dada voz, ocorre uma mudança caligráfica, que sinaliza diálogos efectivamente mantidos. Em termos gráficos, o leitor acede ao ponto de vista do narrador: vê o interior da sua casa (de Crécy, 2007: 123), o seu panorama exterior (de Crécy, 2007: 123), a mesa de trabalho (de Crécy, 2007: 124), o tampo da mesa de café (de Crécy, 2007: 126), a bancada retráctil do assento do avião (de Crécy, 2007: 128)... Além disso, registam-se ocorrências de indícios autobiográficos diferentes das anteriores, tal como, a partir do meio do álbum, marcas temporais (“Avril 2005”) e espaciais (Montmartre).

A exploração pedagógica deste álbum permite múltiplas exegeses. Do ponto de vista do ensino superior, as perspectivas que esboçámos são legítimas e exequíveis; do ponto de vista do ensino básico e secundário, consideramos de Crécy um autor difícil, a ser ministrado em doses homeopáticas. Alguns fragmentos passados no Japão e no Recife prestam-se a uma abordagem intercultural.



A segunda imagem da página 131 pode constituir um pretexto para um exercício de expressão escrita, ou de exposição oral. Se lhe extraíssemos o texto, daria o mote à criação de um exercício de escrita criativa. De Crécy pode ilustrar, não ilustrando, fragmentos de *Guides du Routard*, a partir dos quais será solicitado aos alunos que façam inventários (conteúdo das mochilas, por exemplo) variando-os de acordo com os países a visitar. Haveria, ainda – não fossem os entraves que, a nível ministerial, se nos deparam –, a hipótese de optar por uma simulação global cujo tema congregador fosse, justamente, a viagem. Dado o permanente questionamento que faz deste tema, a sua recusa dos lugares-comuns, do folclore e dos simulacros, de Crécy constituiria, assim, a cereja no topo do bolo.

Afirmámos atrás que, com *Journal d'un fantôme*, de Crécý renegava a sua experiência com a revista **GÉO** e com a editora Casterman. A nosso ver, o artista de Crécý tem uma relação difícil (e algo romântica) com o dinheiro. O seu agente – o seu *alter ego* mais sombrio – dá-lhe lições de *marketing* (de Crécý, 2007: 21 e 88-89), exortando-o: “Laisse les grandes aspirations aux artistes obscurs” (de Crécý, 2007: 89), mas recebe em troca o tratamento mais ignóbil.

A partir da segunda parte, assistimos ao reconto da experiência brasileira. Embora haja semelhanças notórias, nenhuma das vinhetas é igual às da revista **Géo** ou às do álbum da Casterman (*copyright oblige*). E, se atrás assinalámos um certo desconforto, patente em críticas veladas, agora podemos falar de críticas acerbas. Desde logo, a encomenda – que o autor de Crécý aceitou – definida, neste ponto, nos seguintes termos: “Décrire une réalité en passant par le dessin: c'est paradoxal.” (de Crécý, 2007: 134); “Extraire le jus d'une réalité complexe en dix jours, pour qu'ils tiennent en quelques pages sur papier glacé. // ...en travestissant ses impressions pour rester dans le cadre d'un témoignage sur commande.” (de Crécý, 2007: 135).

Em vez de desconforto, temos, agora, agonia. Da viagem. Climática²⁰, social²¹, estética²², criativa²³. Enfim: moral. O paralelismo inclui a negação do exotismo²⁴. O artista questiona o tipo de turismo que vivencia²⁵, a sua incapacidade de reverter a situação²⁶, e, por último, a sua responsabilidade futura. Embora tente enjeitar parte das suas responsabilidades²⁷ e recorra a uma ironia mitigante²⁸, de Crécý teme “(...) en faire une publicité pour attirer les touristes et contribuer à sa Disneyisation (...)” (de Crécý, 2007: 142). Acima de tudo, rejeita contribuir para fazer do planeta em geral e do Recife em particular um parque temático – como no filme *O nosso mundo*, de Jia Zhang-Ke.

De Crécý é um típico representante da *creative class*²⁹ da fase III da era do hiperconsumo, segundo Lipovetsky (2007: 36). Ora, o turismo constitui o sector mais lucrativo e com maior capacidade de expansão³⁰ do conjunto das indústrias culturais, as

²⁰ Chaleur étouffante, humide” (de Crécý, 2007: 135).

²¹ “Une pute par mètre dès que la nuit tombe (...)” (de Crécý, 2007: 135); “La seule occupation possible (...) était de regarder (...) les statistiques de meurtres et de bouchons dans les rues de Suo Païlo (*sic*).” (de Crécý, 2007: 137).

²² “ (...) Un palace de marbre noir, dans le style du mausolée de Lénine, en résumé, une prison dorée...” (de Crécý, 2007: 136). “[Un] cercueil quatre étoiles.” (de Crécý, 2007: 137).

²³ “Relater une expérience précise dans un lieu précis, qui doit (en plus) contenter le commanditaire, c'est rebutant...” (de Crécý, 2007: 134).

²⁴ “Recife ressemble à Nanterre en Novembre, océan en plus.” (de Crécý, 2007: 135).

²⁵ “Marcio, le guide (...) venait me chercher chaque matin à 7 heures avec une rigueur toute militaire pour me faire visiter tout ce que la ville compte de monuments potentiellement touristiques, c'est-à-dire vides de toute vie.” (de Crécý, 2007: 137).

²⁶ “Je ne suis qu'un imbécile de touriste. Livré à moi-même, sans courage pour aller m'enivrer de sensations nouvelles dans les bas-fonds (...) je les évite.” (de Crécý, 2007: 138).

²⁷ “ ... je suis là pour dessiner, témoin de luxe, il faut que je m'y colle.” (de Crécý, 2007: 142).

²⁸ “Il faut savoir faire des compromis...” (de Crécý, 2007: 136).

²⁹ V. Gaggi e Narduzzi, 2006: 19.

³⁰ V. também Cuvelier, 1998: 63-66.

quais, por sua vez, têm levado “(...) alguns analistas a falar de um novo capitalismo centrado, já não na produção material, mas no divertimento e na área da cultura.” (Lipovetsky, 2007: 228). No capitalismo cultural, o conceito de turismo abrange uma multitude de experiências as mais díspares: desde os circuitos (variante miniatural do *Grand Tour*) aos retiros espirituais (variante “penúria/simulacro”³¹ ou “simplicidade voluntária” [Lipovetsky, 2007: 228]), passando pelas férias radicais, desportivas, de aventura, culturais; peregrinações literárias, trocas de casa, voluntariados, curas de emagrecimento... Lipovetsky refere-se a hiperconsumidores que “(...) exprimem considerações de natureza ética adoptando posturas críticas face às marcas e ao consumo «irresponsável»” (Lipovetsky, 2007), mas que, paradoxalmente, criam novos nichos de mercado. Há, inclusivamente, pessoas individuais, grupos e movimentos que recusam certos meios de transporte, por implicarem danos ecológicos (cf. “gratiganismo”, do inglês *freeganism*). Depreende-se de tudo isto que os indivíduos se libertam do espartilho da classe social de origem, passando a definir-se pelo estilo de vida, opções culturais e de consumo³². Neste contexto, é naturalíssimo que a de Crécy repugne veicular estereótipos de um turismo de massas³³, por muito intelectualizado que seja – como na experiência **GÉO**. Segundo Lipovetsky: “[A]quilo que queremos é (...) agir, lutar, transformar o que temos à partida, realizar algo que nos permita ter uma imagem positiva de nós próprios.” (2007: 161). Com *Journal d'un fantôme*, de Crécy atingiu a quadratura do círculo: satisfazer a encomenda da **Géo**, mas escrevendo e desenhando: “Si j'en avais le temps, je parcourrais bien les milliers de kilomètres qui nous séparent du Japon à pied (ou en vélo), pour les vivre de manière concrète, pour saisir, frontière par frontière, les glissements culturels” (de Crécy, 2007: 133).

Viajar, para alguém como de Crécy, implica conhecer o Outro. Guillaume, o “Amsterdamer” representa a abertura à alteridade³⁴. Porém, de Crécy parece tender para o isolamento³⁵. E, num apontamento de autoficção, revela o abismo entre o ideal habitado e a realidade solitária³⁶. As indumentárias abandonadas do “maracatu” emblematizam essa impotência em estabelecer contactos humanos gratificantes. Como a seguir se tornará mais notório, para este autor, vida e arte estão indissoluvelmente ligadas. É por isso que “Dessiner en publique est une torture (...)” (*ibidem*: 141”).

Pelo que temos vindo a afirmar, resulta óbvio que *Voyage d'un fantôme* tem um carácter marcadamente híbrido, perfeito para estudos culturais de vária índole. O que lhe sucederia se, por hipótese absurda e redutora, lhe retirássemos a componente gráfica?

³¹ V. Baudrillard, 1991.

³² “Daí o perfil do turbo-consumidor, tantas vezes descrito como flexível e nómada, volátil e «transfronteiras», eclético e fragmentado, instável e infiel.” (Lipovetsky, 2007: 100)

³³ “Le voyageur moderne, qui visite la planète comme il visite un zoo, mais qui pour son malheur en a pleinement conscience et voudrait se cacher, honteux de son statut mais visible de tous” (de Crécy, 2007: 146).

³⁴ “(...) les gens étaient adorables, des musiciens, des danseurs...” (de Crécy, 2007: 140).

³⁵ “(...) supporte[r] le regard d'autrui” (de Crécy, 2007: 146).

³⁶ “Être sympathique, avenant et d'un contact facile... // Mais je n'ai pas ses dons. (de Crécy, 2007: 145).

Restar-nos-ia uma intriga bem montada, um uso recorrente da *ostranenia* (a qual não compromete, contudo, a perceptibilidade da história). E, por último, o estilo propriamente literário de de Crécý: um domínio da elipse e da técnica do diálogo, uma polifonia de vozes. De Crécý é um artista plástico por excelência, que desenha metáforas visuais



e metaficcionalis e comete a façanha de escrever e desenhar uma interrogação retórica (de Crécý, 2007: 142-144), com a qual se inicia uma longa série de dilemas de criação narrativo-visual: desenhar para a **GÉO** um Recife quase fotográfico, trabalho que ele, ironicamente, autentifica; ou dar tempo a estes desenhos e ao criador para os reelaborar.

Vemos agora que não era por acaso que a alusão, na primeira parte da obra, a “Le fabuleux destin d’ Amélie” (refrão “pour briser la glace” do agente) constituía uma crítica a um universo artístico que considera um simulacro: “On va voir des films qui nous mentent avec une France de carte postale d’avant 68.” (de Crécý, 2007: 158). A argumentação de de Crécý não se limita a um universo cultural globalizado³⁷. Ele teoriza acerca da arte moderna³⁸ e discorre sobre autenticidade, mas a globalização atinge-o inapelavelmente: “Pour toute réponse le chauffeur me dit que je ressemble à Zinedine Zidane...” (de Crécý, 2007: 158). Verificamos que o único contacto humano que de Crécý entabula, com o guia e os condutores, redundava em incompreensão mútua. O sujeito intelectualizado questiona e põe em causa o país de onde provém; os autóctones recusam a decrepitude e o pitoresco e

³⁷ Veja-se também o seguinte excerto: “Mais pour l’heure, il est temps de récupérer du voyage. Nous dormons dans un hotel vaguement chic dont les chambres pourraient figurer dans un catalogue d’architecture. Même ambiance que dans l’hôtel de la Cité Radieuse à Marseille. Entre Le Courbusier, Niemeyer et l’arte povera. Aussi déprimant que la boutique hypertendance à deux pas de chez moi... un décor idéal pour se prendre.” (de Crécý, 2007: 176).

³⁸ “Une publicité qui se rapproche de l’art brut c’est toujours émouvant pour un touriste comme moi en recherche «d’autenticité».” (de Crécý, 2007: 157) . Falaríamos aqui de uma *ironie filée* como se fala de *métaphore filée*: “Je m’imagine une campagne marketing de fausses publicités authentiques pour attirer le voyageur moderne” (de Crécý, 2007: 157).

preferem-lhe uma visão turística de um Brasil perfeito: “ Pourquoi tu t'intéresses à ça? Ce n'est pas notre pays.” (de Crécy, 2007: 160) Aludimos atrás a um horror romântico ao vil metal. Agora podemos falar de individualismo e do culto pela ruína³⁹ e pela decrepitude⁴⁰.

Outra característica romântica é o interesse pelo pitoresco (o autêntico, não o simulacro) e é um ceramista popular brasileiro, Mestre Vitalino, que o vai proporcionar⁴¹: “(...) Il a rendu compte de la vie qui l'entourait. Avec chaleur. Sans le filtre d'une technique académique.” (de Crécy, 2007: 187). De Crécy está plenamente consciente das suas contradições⁴². Assim, temos uma última característica romântica, o mito do artista que segue a sua inspiração, ignorando os ditames da academia. Neo-romântica (ou pós-moderna) é também a ironia e a pluralidade de perspectivas que o desenho informe lhe devolve. Consciência crítica, este resume as contradições profissionais⁴³ e pessoais⁴⁴ do seu criador. Reconciliado, graças a Mestre Vitalino, com o Brasil, o sincretismo religioso brasileiro dá azo a uma síntese do irreconciliável: Japão, Brasil, sonhos, água sob diversas formas... a filha do bonzo. Esta segunda parte conclui-se com uma definição do “ser” dos desenhos (pelo menos, dos de de Crécy):

Une somme de fantômes immuables dont chacun représente un morceau de mouvement. // [...] À partir du moment où le trait est déposé, l'action est terminée: vous êtes immuable et momifié. Vous êtes mort, mais encore perçu comme vivant... Alors, ne vous plaignez pas, c'est toujours ça de gagné. (de Crécy, 2007: 208).

Em suma: uma “arte poética”. Não estamos longe da autoficção, porque, para de Crécy, o desenho é constitutivo da vida. Com efeito, após um grave acidente que redundou numa amnésia pós-traumática, sobreveio aquilo que o autor apelida episódio fantasma e que descreve da forma seguinte:

Ma mémoire a imprimé ce moment; une panique à l'idée de ne plus participer à mon existence, à l'idée de me soustraire sans préavis à l'amour de mes parents, // Une panique à l'idée de ne pas saisir la cause de cette situation, mais surtout – surtout: un affolement à l'idée de ne plus jamais dessiner. // Dessiner était déjà, et depuis

³⁹ “Un café beau comme une usine en ruine, ce qui ne l'empêche pas d'être fréquenté. (de Crécy, 2007: 160).

⁴⁰ “(...) la décrépitude des palais à l'abandon.” (de Crécy, 2007: 161).

⁴¹ “(...) c'est (...) Mestre Vitalino qui va me procurer l'émotion la plus notable de ce voyage.” (de Crécy, 2007: 178).

⁴² “En fait, ce qui peut m'émouvoir, en dehors d'une commune solitude, d'une surface réduite et d'un matériel succinct, c'est qu'il représente une croyance mise à mal... // un romantisme mal placé // La croyance en un art sincère, dont le but ultime n'est pas d'être immédiatement rentabilisé par son auteur... Un art sincère: postulat irréalisable. Pourtant Vitalino y est parvenu. Parce que son but n'était pas de faire de l'art. Mais là encore peut-être que je me trompe. Maître Vitalino faisait des portraits bienveillants, presque flatteurs, immédiatement appréciés et vendus... et peut-être que la était son but: vu et vendu. // Comme tout le monde... rentabilisé, optimisé.” (de Crécy, 2007: 188).

⁴³ “Vous voyagez gratis, comme un prince en plus (...)” (de Crécy, 2007: 186).

⁴⁴ “Vous êtes un raleur professionnel.” (de Crécy, 2007: 186).

toujours, la chose la plus naturelle, la plus évidente et la plus excitante. (de Crécý: 2007: 213-214).

Journal d'un fantôme é, assim, o diário de um trabalho feito a contragosto, de duas viagens e dos encontros e visões que elas suscitaram; de representações artísticas assaz inspiradoras e do vislumbre de toda uma existência. Mosaico de múltiplos sincretismos, *puzzle* auto e metaficcional, fusão entre criador e criatura, esta obra crécýiana opera a síntese entre uma *ars poetica* e uma *ars dessinandi*. A arte de viver e a arte de viajar, essas, terão de esperar por novos álbuns.

Bibliografia

- AA. VV. (2003). *L'album GÉO. La Bande Dessinée parte en voyage*. Paris: Casterman.
- AA. VV. (2004). "Sur les traces des écrivains voyageurs", in *Magazine Littéraire*, nº 432, pp. 22-25.
- AA. VV. (2004). "Le Grand Tour comme apprentissage", in *Magazine Littéraire*, nº 432, pp. 33-35.
- BAUDRILLARD, Jean (1991). *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio d'Água.
- BECKFORD, William (2003). *A corte da rainha D. Maria I. Correspondência de William Beckford*. Lisboa: Frenesi.
- CHEVALIER, Jean e GHEERBRANT, Alain (1996). *Dictionnaire des symboles*. Paris: Robert Lafont/Jupiter.
- CUVELIER, Pascal (1998). *Anciennes et nouvelles formes de touristes. Une approche socio-économique*. Col. Tourismes et sociétés. Paris: L'Harmattan.
- CHATWIN, Bruce (2008). *Anatomia da errância*. Lisboa: Quetzal Editores.
- DE CRÉCY, Nicolas (1995). *Monsieur Fruit. Tome I. s. I.*: Seuil.
- DE CRECY, Nicolas (1996). *Monsieur Fruit. Tome II. s. I.*: Seuil.
- DE CRECY, Nicolas (2002). *Le Bibendum Céleste*. Genève: Les Humanoïdes Associés.
- DE CRECY, Nicolas (2003). *Prosopopus*. Aire Libre. s. I.: Dupuis.
- DE CRECY, Nicolas (2007). *Journal d'un fantôme*. Futuropolis.
- DE CRÉCY, Nicolas e MÉLTZ, Raphaël (2002). *Lisbonne, voyage imaginaire. s. I.*: Casterman.
- GAGGI, Massimo e NARDUZZI, Edoardo (2006). *Low Cost. O Fim da classe média*. Lisboa: Teorema.
- GROENSTEEN, Thierry (2006). *Système de la bande dessinée*. Paris: Puf.
- LEVI-STRAUSS, Claude (1986). *Tristes Trópicos*. Col. Perspectivas do Homem. Lisboa: Edições 70.
- LIPOVETSKY, Gilles (2007). *A Felicidade Paradoxal. Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.
- MACHADO, Álvaro Manuel e PAGEAUX, Daniel-Henri (2001). *Da Literatura Comparada à Teoria da Literatura*. Col. Fundamentos. Lisboa: Edições Presença.
- MORAVIA, Alberto (2008). *Uma ideia da Índia*. Lisboa: Tinta da China Editores.
- PESSOA, Fernando (1982). *Livro do Desassossego*. Lisboa: Ática.