



Comunicação e imaginário no Brasil

Contribuições do grupo

Imaginalis (2008–2019)

ORGANIZADO POR Anelise De Carli
E Ana Taís Martins Portanova Barros

EDITORA



IMAGINALIS

**Comunicação e imaginário no Brasil:
Contribuições do grupo Imaginalis (2008 – 2019)**
[e-book] / organizadoras: Anelise Angeli De Carli e
Ana Taís Martins Portanova Barros. – Porto Alegre:
Imaginalis, 2019.

ISBN: 978-85-69699-06-4

1. Comunicação 2. Imaginário
I. De Carli, Anelise Angeli
II. Barros, Ana Taís Martins Portanova
CDD: 070
CDU: 69699
Índices para catálogo sistemático:
1. Comunicação

Projeto gráfico, diagramação e capa Anelise De Carli
Revisão Os autores
Ilustração de capa Loudon, J.C. Arboretum et fruticetum
britannicum. London: H.G. Bohn, 1854.
Digitalizado pela University of Illinois
Urbana-Champaign
Ilustrações dos capítulos Banco de dados etc.usf.edu/clipart

EDITORA  **IMAGINALIS**

1ª edição, 2019
ufrgs.br/imaginalis
Distribuição gratuita
Licença Creative Commons BY-NC

Comunicação e Imaginário: uma heurística

Ana Taís Martins Portanova Barros

Preâmbulo

Feyerabend se queixou, certa vez, dos questionamentos a ele dirigidos por leitores de textos seus escritos há mais de dez anos, renegando sua utilidade com o argumento de que sequer se lembrava deles. Embora se afirme muitas vezes que, após publicado, um texto não pertence mais a seu autor e sim aos seus leitores, parece-me mantida a validade da volta sobre os próprios passos e, em vista de novas experiências e reflexões, da concessão, a textos antigos, do direito de se reformularem. A fim de se reunir, de modo conciso e didático, os pontos de maior difi-

culdade da Teoria Geral do Imaginário e da Escola de Grenoble, ambas centradas na figura do filósofo francês Gilbert Durand, sobre cuja obra trabalho na Comunicação desde 1995, produzi alguns artigos nos últimos anos, dentre os quais um deles, em especial, mostrou-se tão mais carente de nova atenção crítica quanto mais utilizado pelos jovens pesquisadores. Originalmente publicado com o título “Comunicação e imaginário: uma proposta *mitodológica*” na Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, na edição de julho-dezembro de 2010, o texto a que me refiro recebe agora essa revisão crítica e ampliada, especialmente quanto à noção de *schème*, que me parece fundamental para que a contribuição de Gilbert Durand aos Estudos do Imaginário não seja apropriada de modo a reconduzir a imagem simbólica a simples gestos reflexos do corpo, em flagrante contradição com a afirmação recorrente de Durand de que não se dissociam natureza e cultura no homem. A presente revisão é também divergente da anterior na medida em que afirma a esterilidade da prescrição metodológica na pesquisa feita a partir da heurística do imaginário.

Introdução

A Escola de Grenoble, fundada em 1966 na França, não apenas traz contribuições aos Estudos do Imaginário em diversas áreas do conhecimento, como também se constitui em uma vertente teórica própria, com princípios heurísticos bem definidos e, muitas vezes, espinhosos, polêmicos. Na área da Comunicação, no Brasil, essa vertente teórica recentemente tem, de modo

tímido, mas resoluto, produzido algumas pesquisas que apontam para o papel decisivo do mito no que Contrera (2017) muito adequadamente nomeia *mediosfera*, a esfera do imaginário midiático. Tanto a mídia quanto a pesquisa da área buscam no termo *imaginário* algum apoio para designar fatos e contextos bastante variados, desde um sentido muito restrito, aquele que se equivale a quimera e se opõe ao real, até um sentido muito amplo, sinônimo de imaginação e/ou conjunto de coisas imaginadas. A crítica que se pode fazer a estes dois casos extremos é a mesma: de seu modo particular, cada um desses usos desvaloriza o imaginário, seja por rejeitá-lo como parte do real, seja por não estabelecer distinções entre os diversos tipos de imagem e empregar a palavra num sentido tão amplo que acaba não designando nada. Nesta última situação, o imaginário é o desaguadouro de tudo o que não se consegue precisar bem, mas que se acredita ter alguma importância em contextos socioculturais e epistemológicos.

Lembrando que toda definição recobre uma tese, e na intenção de contribuir com uma ressignificação capaz de harmonizar a fluidez do imaginário com uma investigação rigorosa sobre ele a partir dos estudos comunicacionais, este artigo tem por objetivo trazer algumas noções que convergem para uma heurística dos Estudos do Imaginário, especialmente os filiados a Gilbert Durand e à Escola de Grenoble, para então se descreve-

rem alguns métodos de estudo do imaginário e se refletir sobre sua utilidade e eficácia no campo da Comunicação.

Imaginário, do tema ao ponto de vista

O imaginário aparece de modo crescente na pesquisa brasileira, em todas as áreas do conhecimento, inclusive na Comunicação. Um levantamento realizado em 2003 constatou que havia 114 grupos cadastrados no CNPq apresentando a palavra *imaginário* no seu nome, na sua linha de pesquisa ou entre as palavras-chave de sua linha de pesquisa (TEIXEIRA, 2005, p. 115). Seis anos depois, refiz esse procedimento e verifiquei que esse número mais do que dobrou: em 2009, chegava a 253, dos quais 18 se inscreviam na área da Comunicação. Agora, em junho de 2019, revisando o presente artigo, novo levantamento foi feito e me foram apresentados 300 registros de grupos que se enquadram nos mesmos parâmetros.

São índices expressivos, principalmente se considerarmos, com Teixeira (2005, p. 109), que o fato de a imagem não poder ser reduzida a um conceito faz com que o valor heurístico dos Estudos do Imaginário ainda não seja amplamente reconhecido e aceito no campo das Ciências Humanas e Sociais.

No campo da Comunicação, o imaginário começa a se tornar noção-chave para um entendimento que conecte as dimensões política, social, histórica e cultural dos fenômenos. Afinal, é o imaginário o lugar dos entre-saberes, o tecido conjuntivo que liga as disciplinas entre si. Apesar do crescimento do termo *imaginário* nos contextos de pesquisa em Comunicação, ainda é

dada pouca atenção à sua definição. Talvez por essa negligência, talvez pelo prolongamento inconsciente de preconceitos científicos, o imaginário é tratado mais como tema do que como ponto de vista nas pesquisas em Comunicação, sendo abordado de modo alusivo, mas sem ser estudado como dimensão dos objetos comunicacionais.

O imaginário de que tratamos aqui não é um objeto de estudo em si e sim um ponto de vista sob o qual o pesquisador se coloca, uma perspectiva que ele assume, uma dimensão que ele explora. Isso resulta do caráter transversal do imaginário, que atravessa todas as produções humanas. É possível estudar empiricamente o imaginário porque ele se epifaniza em cada manifestação criativa, sendo a menor de suas unidades detectáveis a imagem simbólica. Para encontrá-la, são necessárias ferramentas teóricas e metodológicas específicas, resultantes de uma heurística peculiar ao entendimento que se tem sobre o que seja o imaginário.

Imagem, símbolo, trajeto do sentido

Quando se fala de imaginário, as questões de léxico constituem uma dificuldade inicial, já que vários termos são partilhados tanto com outras áreas do conhecimento quanto com o senso comum, a começar pela palavra imagem. No cotidiano, a ideia de imagem costuma ser associada a qualquer “representação gráfica, plástica ou fotográfica de pessoa ou de objeto” ou ainda a “representação dinâmica, cinematográfica ou televisivada, de pessoa, animal, objeto, cena, etc.” (FERREIRA, 1999). Já

nos Estudos do Imaginário, imagem é o modo de a consciência (re)apresentar objetos que não se apresentam diretamente à sensibilidade (DURAND, 2000, p. 10). Vê-se que estão excluídas aí as imagens iconográficas, aquelas que se colocam na ponta da percepção visual, pois elas podem ser confirmadas pela apresentação do objeto que representam. Aqui, já se torna útil mencionar também a noção de símbolo, também bastante particular no contexto do imaginário. Quando uma imagem se reúne com um sentido, um aspecto vivenciado, temos um símbolo. Isso quer dizer que o símbolo tem uma relação natural com algo ausente ou impossível de ser percebido (COELHO, 1997a, p. 343). Portanto, aqui, o símbolo não é arbitrado. Observe-se que esse detalhe já traz consequências para uma pesquisa que se proponha estudar o imaginário em dado fenômeno comunicacional. A primeira é em relação ao uso adequado da palavra símbolo, mas a mais importante não é de ordem semântica e sim heurística: a partir da identificação de imagens simbólicas, ou seja, de imagens que mantenham uma relação de sentido não gratuita com seu significado, serão procuradas as linhas de força equacionadoras do problema de pesquisa.

Durand (2000, p. 11) diz que o símbolo só é válido por si mesmo porque nunca a representação simbólica pode ser confirmada pela apresentação pura e simples do que ela significa. A imagem simbólica, portanto, não é tomada como signo pelos Estudos do Imaginário porque a heurística destes estudos pressupõe homogeneidade entre significante e significado - não há, pois, relação (isto é, *distância*) indicial, icônica ou simbólica entre um e outro. Eis aí algo que torna desafiador o estudo do ima-

ginário na Comunicação, já que esta trabalha abundantemente com imagens iconográficas: conforme a visada, elas podem ser simples ícones, *dificultando* o acesso a camadas mais profundas do imaginário ou, ao contrário, complexificarem-se em imagens simbólicas.

A partir da noção de imagem simbólica¹, pode-se finalmente falar em *imaginário*, “[...] a faculdade da simbolização de onde todos os medos, todas as esperanças e seus frutos culturais jorram continuamente desde os cerca de um milhão e meio de anos que o *homo erectus* ficou em pé na face da Terra” (DURAND, 1998, p. 117). O imaginário não é uma coleção de imagens, um corpus, mas, conforme Thomas (1998, p. 15), um sistema, um dinamismo organizador de imagens que lhes confere profundidade e as liga entre si. Aí, o sentido se encontra na relação. Isso é cada vez mais palpável com o destaque que as ciências contemporâneas conferem ao papel do observador nos fenômenos. Conscientes da intangibilidade do real, sabemos hoje que temos acesso apenas a sistemas simbólicos, não a um mundo em si.

1 A noção de imagem simbólica é uma das mais complexas e menos bem utilizadas da Teoria Geral do Imaginário. O mais recomendável é ir diretamente aos textos do próprio Gilbert Durand e de Gaston Bachelard para compreendê-la. No entanto, arrisco algumas equações na maior parte dos artigos que escrevo, tentando apreender o inapreensível, sempre procedendo por contrastes e negações. Em um deles, dedico-me mais frontalmente às necessárias distinções entre imagem técnica e simbólica: BARROS, A. T. M. P. As perspectivas de Flusser e Durand: relações entre imagem técnica e imagem simbólica na interpretação da fotografia. In: Carlos Alberto de Souza; Ofelia Elisa Torres Morales. (Org.). *Lições de fotografia e fotojornalismo*. Coleção Imagética n. 2: Paranaguá. 1 ed. Paranaguá, 2014, v. 2, p. 37-41. Sobre as mesmas tangências, há também um artigo produzido coletivamente por membros do grupo Imaginalis: Eduardo Portanova Barros, Anelise De Carli e Danilo Fantinel, sob o nome de “Diferenças imagéticas. Considerações sobre a técnica e o símbolo no contexto comunicacional”, capítulo deste mesmo volume.

Então, o imaginário tem uma eficácia concreta e conhecer seus mecanismos é essencial para “[...] para termos nosso lugar na grande mutação epistemológica de hoje” (THOMAS, 1998, p. 16, tradução nossa).

No campo da Comunicação, a discussão sobre o imaginário torna-se estratégica, posto que a relação com o real é fundante dos fenômenos comunicacionais. Assumindo-se a perspectiva simbólica (do imaginário), entende-se que o ato comunicacional não se firma puramente em dados históricos, sociológicos, culturais; tampouco em pulsões inconscientes. Na verdade, esses dois polos definem a trajetória simbólica, também chamada de trajeto antropológico e, ainda, de *trajeto do sentido*. É o lugar em que as imagens simbólicas se formam, definido por Durand como “[...] a incessante troca que existe ao nível do imaginário entre as pulsões subjetivas e assimiladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico e social” (1997, p. 41). Nossa humanidade constituinte nos pede o combate quando nossos processos históricos e civilizatórios exigem a diplomacia; trememos de medo diante do mistério que a racionalidade científica explica; as imensidões revolvem no nosso âmago o sentimento de ser criatura, as regras culturais exaltam nosso ser criador. Se o resultado de tensões como essas será a violência sanguinária, o fanatismo milenarista ou a mediocridade cultural, a culpa, definitivamente, não é do imaginário. Esse responsabiliza-se tão somente por colocar em acordo essas forças tantas vezes opostas, em assegurar que uma reequilibração seja atingida. Não entra em causa se essa reequilibração será nefasta do ponto de vista do bem-estar de povos e nações. O que é bom

ou nefasto dependerá de variáveis escolhidas coletivamente; essas serão combinadas de acordo com as regras do imaginário. Daí que, quanto mais nos recusamos a reconhecer sua validade, mais aleatórios nos parecerão os resultados das combinações das escolhas que fazemos.

No caso da Comunicação, pode-se ponderar, de modo amplo e a título de estímulo da reflexão sobre a dimensão do imaginário, que, de um lado, temos as tecnologias que promovem, sim, a mediação comunicacional, mas também são elementos coercitivos, limitadores; de outro, temos as motivações para comunicar (colocar em comum), calcadas no terreno arquetipal: o caos é um dos arquétipos primeiros, ligado à angústia diante da mudança, da fuga do tempo (DURAND, 1997, p. 74). É pela necessidade de dominar o caos, de organizá-lo em cosmos, que o homem busca a partilha de informações, ideias, conhecimentos.

Assumir a perspectiva dos Estudos do Imaginário para a compreensão de um fenômeno ou para o equacionamento de um problema de pesquisa implica aceitar a anterioridade ontológica do imaginário em relação aos demais constructos, ou seja, é a partir do imaginário que a história, as relações sociais, a cultura, a própria comunicação são realizadas. Por exemplo, o fato jornalístico não é algo que se estude somente a partir deste ou daquele dado histórico e desta ou daquela conjunção econômica, mas levando-se em conta um imaginário específico que *permitted* sua ocorrência. Longe de ser totalizante, a paisagem então esboçada será cheia de zonas de sombra, pontos em que as ligações parecem se perder, posto que se abrem para o indemonstrável. Talvez aí seja útil que a ciência se filie à arte a fim de

abrir espaço, no seu discurso, para as palavras que vão além das percepções alcançadas pela razão, sem desmerecê-las.

Jung, Bachelard, Eliade: princípios convergentes em uma heurística

O século XX viu nascer as teorias fundadoras do que se configuraria mais tarde como os Estudos do Imaginário ou a Teoria do Imaginário. O primeiro autor que trago aqui, por ordem cronológica, é Carl Gustav Jung (1875-1961). Toda sua obra gira em torno das noções de arquétipo, imagem e símbolo, o que a faz incontornável para os Estudos do Imaginário.

Na análise junguiana, tudo é fundado na relação que associa imagem, símbolo e arquétipo. O nível do arquétipo permanece incognoscível. Ele participa do oceano no qual o eu está imerso. A imaginação simbólica é, para Jung, a passagem que permite ao homem encontrar de uma vez só sua harmonia interior e a plenitude de seu ser. É pela imaginação simbólica que se pode conhecer o arquétipo (THOMAS, 1998, p. 85). A noção de arquétipo junguiana é bastante próxima daquela que mais tarde Durand apresentará e também aponta numa direção importante para os Estudos do Imaginário, que é o postulado de um reservatório coletivo de imagens no qual o ser humano, individual e coletivo, busca soluções. Este reservatório tem sido alimentado pelas artes, pela filosofia, pela ciência, pela religião, mas é a comunicação que o dinamiza, colocando em circulação suas imagens. Isso foi várias vezes sublinhado por autores como Durand (1998), Maffesoli (1996) e Debray (1993), para citar apenas

três. Aos pesquisadores da Comunicação, se apresenta o desafio de, a partir de recortes específicos no panorama dos fenômenos comunicacionais, embasados em dados fornecidos pelo objeto de estudo localizado dentro de uma região de eleição do espaço social, construir uma consciência teórica em torno dessa constatação.

Outra noção fundadora que Jung traz é a de sincronicidade, palavra que designaria os momentos em que as categorias de espaço e tempo são abolidas e tudo é dado a ver de uma só vez. Por ser uma estrutura não casuística – Jung estudou essas estruturas com o físico Wolfgang Pauli -, não pode ser prevista ou provocada, permanecendo no domínio do aleatório. Assim como o *illud tempus* de Eliade, que veremos adiante, a sincronicidade implica o tempo absoluto, no qual passado e futuro se amalgamam ao presente. Ela nos convida a pensar a questão do tempo na comunicação sob um viés oposto ao do aceleramento, sempre tão evidenciado por causa das tecnologias que propiciam conexões cada vez mais rápidas. E se a simultaneidade hoje experienciada por meio da comunicação, que disponibiliza de modo quase instantâneo uma imensurável quantidade de informações, comparável ao tudo-dar-se-a-ver da sincronicidade, fosse indício da presença desse tempo imóvel?

Contemporâneo a Jung, temos na figura de Gaston Bachelard (1884-1962) um dos pioneiros a se debruçar de modo sistemático sobre a problemática do imaginário. Bachelard (1993, p. 2), mergulha na investigação da imaginação material através da fenomenologia da imaginação, que implica em o pesquisador devanear espontaneamente para compreender as propriedades

objetivas do devaneio, e não buscar imagens prontas na cultura erudita. Ele diz: “Muito longe, num passado que não é o nosso, vivem em nós os devaneios da forja [...]. E me acontece, velho filósofo que sou, respirar como ferreiro” (BACHELARD apud FERREIRA SANTOS, 2004, p. 79). Essa constante busca da imagem no seu nascedouro é útil quando se deseja estudar o imaginário sem apartar forma de conteúdo: não sendo possível descrever conceitualmente uma imagem sem que se acabe por esterilizá-la, o pesquisador aumenta suas possibilidades de comunicação ao utilizar, também ele, imagens para analisar imagens.

Bachelard (1990; 1997; 1999; 2001a; 2001b) desenvolveu uma concepção de imaginação material calcada em quatro elementos – ar, terra, fogo e água -, baseado no postulado da relação entre a corporeidade e a atividade criativa. Haveria uma relação primeira entre corpo e materialidade que suscitaria diversos tipos de imaginação, sendo que o sujeito imaginante demonstra preferência por uma matéria, o que não exclui as demais das suas imagens (BACHELARD, 2001b, p. 8). Mais tarde, Gilbert Durand, admirador do trabalho de seu professor Gaston Bachelard sobre os quatro elementos, elaboraria uma metodologia de estudo do imaginário que também situa no corpo a origem da imaginação, que, na visão de Durand (2000, p. 98), endossando as ideias de Bergson que estabeleceu o papel biológico da função fabuladora.

Se a imaginação é dependente dessa relação primeira do corpo com a matéria, como podemos ler a crescente desmaterialização da experiência proporcionada pelos meios de comunicação contemporâneos? Como o imaginário se relaciona com essa

desmaterialização? Que tipos de imagens são então produzidas e qual a sua eficácia? O trabalho de Bachelard (1993; 2001b), além de provocar perguntas como essas, cujos equacionamentos podem ser consistentemente trabalhados pela pesquisa empírica, contribui, ainda, no sentido de evidenciar a importância de se buscarem informações diretamente na experiência, sendo inócuo a circunscrição ao mundo puramente bibliográfico quando se quer estudar o imaginário, posto que a imagem autêntica é sempre viva e deve ser examinada a partir de sua manifestação.

Também Mircea Eliade (1907-1986), pesquisador da história das religiões, encontra na própria manifestação do sagrado o caminho de sua investigação. Dele queremos destacar a noção de *illud tempus* (ELIADE, 1999), que deriva estreitamente da noção de sincronicidade junguiana e que será fundamental para a compreensão do mito, uma das superestruturas do imaginário. *Illud tempus* é o espaço-tempo primordial no qual se situa o ato fundador original. É um tempo absoluto; ele não simplesmente se situa no começo “porque o evento fundador pode ser ressuscitado a cada momento da vida de uma sociedade da qual ele é referencial” (THOMAS, 1998, p. 122). Eis, para Eliade, a essência do sagrado: ele sempre é reencontrável, é um tempo que não se esgota, um eterno presente ao qual o homem acede através dos ritos (ELIADE, 1999, p. 64). É nesse sagrado *illud tempus* que se localizam os mitos, termo este que é entendido aqui de um modo pouco familiar aos estudos da Comunicação e que por isso merece um certo detalhamento.

Para além da indicação de uma narrativa verbal e muito ao contrário da idéia de lenda ou falseamento da realidade, o mito,

nos Estudos do Imaginário, designa uma narrativa exemplar no sentido de que contém os modelos de todos os ritos e atividades humanas significativas, como a alimentação, o casamento, o trabalho, a arte, a sabedoria. Em contraste com o homem moderno, que se considera produto do curso da História, Eliade destaca que a irreversibilidade dos acontecimentos não é uma evidência para o homem arcaico.

Para o homem das sociedades arcaicas, ao contrário, o que aconteceu *ab origine* pode ser repetido através do poder dos ritos. Para ele, portanto, o essencial é conhecer os mitos. [...] Conhecer os mitos é aprender o segredo da origem das coisas. Em outros termos, aprende-se não somente como as coisas vieram à existência, mas também onde encontrá-las e como fazer com que reapareçam quando desaparecem (ELIADE, 1994, p. 17-18).

Seria de nos perguntarmos se a vivência do mito é exclusividade do homem arcaico. A comunicação não fertilizaria o mito, fazendo-o contemporâneo nosso? Os mitos que a comunicação hoje dá à partilha parecem não ter mais a pregnância simbólica dos mitos arcaicos. No entanto, não se pode culpar simplesmente a tecnologia que os veicula, já que o aparato tecnológico antes estimula o imaginário do que o restringe, como mostrou Durand (1997, p. 51 e ss) e tem sido corroborado por Maffesoli (1995, 1996). No Brasil, podemos citar Silva (2003), Lemos (2002) e Felinto (2005) como autores da área da Comunicação que têm sublinhado a mesma ideia.

O entendimento do imaginário enquanto sistema organizador de imagens implica um fundamento num subsolo arquetípico mais ou menos como apontou Jung, constituindo um patrimônio universal no qual o ser humano vai buscar equacio-

namentos para seus dramas coletivos ou pessoais. Os arquétipos, pertencendo ao incognoscível, se deixam ver, no entanto, através das imagens simbólicas que se configuram a partir de acordos entre as pulsões mais arcaicas do ser humano e as coerções atualizadas historicamente, exercidas pelos contextos culturais, sociais, geográficos etc. O mito, inscrito num tempo absoluto, é constituído pelas constelações de imagens simbólicas, organizadas por homologia. Identificar as homologias das imagens simbólicas em dado recorte de pesquisa é uma das primeiras tarefas do estudioso do imaginário. Gilbert Durand agora nos fornecerá pistas para o reconhecimento do modo de funcionamento das homologias das imagens simbólicas.

Os regimes da imagem de Gilbert Durand

O imaginário enquanto sistema dinâmico foi dividido por Durand em três grandes universos míticos: o heroico, o místico e o dramático. Cada um deles se constitui sob um *schème* (sobre o qual me detenho mais adiante) de ação fundador, derivados de reflexos dominantes que, quando em curso, retardam ou inibem outros reflexos. Vê-se, assim, que Durand, embora reconheça a herança, na sua obra, dos ensinamentos de seu mestre Bachelard, e a similitude de sua noção de arquétipo com aquela utilizada por Jung, introduz, em relação a esses dois precursores, importantes diferenças. No que tange a Bachelard, Durand afasta-se da ontologia da imagem situada na relação do homem com os quatro elementos cosmológicos eleitos por seu mestre para deslocá-la para a corporeidade humana. A matéria é ain-

da constituinte da origem da imaginação, mas agora se trata da matéria de que é feito o próprio homem. A imaginação, para Durand, nasce no nosso corpo antes mesmo que esse corpo tenha de enfrentar a água, o ar, o fogo a terra de que é feito o mundo.

Disso decorre a segunda diferença a que desejo aludir: distanciando-se de Jung, que vê no arquétipo o mais profundo e arcaico rastro de imagem, Durand localiza algo que lhe é anterior e o qual denomina *schème*. Manterei aqui o vocábulo francês para preservar essa noção de confusões com o bem mais simples e familiar *schéma*, também utilizado por Durand. A tradução de ambos seria *esquema*, o que evidentemente não permite resgatar a complexidade da noção de *schème*. Esse último é uma espécie de estrutura organizadora de ações de tal forma que elas podem tanto se apresentar diferentemente ou se generalizar quando são repetidas em circunstâncias semelhantes. Tendo a imaginação seu nascedouro no corpo e sendo o protagonismo do corpo ancorado em ações, não é de se admirar que Durand buscasse nos gestos do corpo a estrutura mais longínqua, capaz de organizar até mesmo as formas vazias dos arquétipos. Ao introduzir a noção de *schème* como anterior ao arquétipo, Durand, longe de reduzir as imagens a subprodutos de reflexos físicos do bi-co-homem, como tentam fazer crer seus detratores, viabiliza toda a complexidade daquilo que ele nomeia como *estruturalismo figurativo*. As estruturas por ele definidas, postuladas como passíveis de fornecer interpretações de fenômenos culturais, sociais, políticos, históricos, são compostas por formas que se

transformam, produzindo a cada vez distintas ferramentas de controle do tempo.

Os universos míticos heroico, místico e dramático apontados por Durand são respostas ao anterior universo da angústia, que contém os medos provocados pela consciência do tempo que passa. O universo da angústia é habitado por simbolismos nictomorfos, catamorfos e teriomórficos, junto com todos os seus séquitos de imagens ligadas às trevas, à queda, à bestialidade animal, que são nossos primeiros e mais recorrentes medos. As respostas a esses medos são impulsionadas por *schèmes* elaborados sob o impulso de três gestos naturais e incontornáveis de nossa corporeidade, chamados *dominantes* porque, em sua presença, os demais reflexos são inibidos ou retardados: as dominantes postural, digestiva e rítmica. Com isso, Durand, não quis dizer que ao medo da queda o homem se põe de pé, nem que é por ter a tendência biológica, evolutiva ao bipedismo que o homem receia a queda, mas que, vivendo a experiência da gravidade aterrorizante e tendo à sua disposição o reflexo do bipedismo, um *schème* de ação ascensional se torna possível. Ao dizermos *schème*, já não estamos mais nos referindo a um corpo que se ergue, que deglute ou que se movimenta no ritmo da cópula, mas a imagens simbólicas que entram num jogo com outras imagens simbólicas, encaminhando um equilíbrio entre o aniquilamento, que deixa de ser inevitável, e o combate sem tréguas, que é inexequível.

Não considero relevante trazer evidências ditas científicas da dominância desses três reflexos porque seus rastros nos *schèmes* de ação que nutrem a substantivação dos arquétipos e todo

o simbolismo humano já foram bem estabelecidos em mais de 50 anos de estudos do imaginário desenvolvidos em áreas do conhecimento tão diversas quanto a Literatura, as Artes, a Educação, as Ciências da Saúde, a Arquitetura, a Filosofia e, recentemente, a Comunicação. No entanto, talvez para dar uma satisfação à vigilância positivista, Durand cita os estudos realizados nos primeiros anos do século XX pela Escola de Leningrado que teriam convergido com sua observação de imagens simbólicas remissíveis à tendência de o homem se pôr de pé, à descida digestiva e à rítmica sexual. Enquanto os reflexos digestivo e sexual podem se apresentar de modo talvez até auto-evidente na nossa experiência cotidiana, talvez o mesmo não se dê com o reflexo postural. Nesse caso, é produtivo nos remetermos aos estudos arqueo-antropológicos para constatar que já é consenso naquela área a anterioridade do bipedismo ao Sapiens; de fato, o Australopitecos, antecessor do Homo, era bípede.

Assim, Durand postula as relações entre o corpo e as representações, variando o universo mítico conforme o *schème* que se encontra na sua base: no *universo mítico heroico*, a ação fundamental é da *distinção*, engramada pelo reflexo postural, que privilegia as sensações à distância, visão e audiodifusão: é pondo-se de pé que o homem libera a vista e o ouvido, podendo melhor exercer esses sentidos; libera também a mão que se ergue tanto para o combate quanto para o julgamento. No *universo mítico místico*, a ação primordial é *confundir*, sugerida pela dominante da descida digestiva, trazendo imagens de intimidade, calor, alimento, substância etc. No *universo mítico dramático* (regime noturno), a ação predominante é *reunir*, que se coaduna com a dominante

copulativa e suas constantes rítmicas. Vêm daí imagens como a do porvir, a da roda, a da androginia, a do deus plural, capazes de harmonizar contradições através do tempo.

A partir daí, podemos falar em diferentes níveis de constituição e organização das imagens. O arquétipo estaria no subsolo do imaginário, sendo resultante do contato dos gestos reflexos diferenciados em esquemas de ação com o ambiente natural ou social. Não têm ambivalência, são universais, mas ligam-se a imagens muito diferenciadas pelas culturas: quando isso ocorre, estamos diante de símbolos. Já o mito é “[...] um esboço de racionalização dado que utiliza o fio do discurso, no qual os símbolos se resolvem em palavras e os arquétipos em ideias” (DURAND, 1997, p. 63).

Os mitos circulam entre vários níveis constitutivos do ser humano, chamados por Durand (1996, p. 145) de *tópica sociocultural*. O primeiro é um nível fundador, arquetípico, o *isso*, o inconsciente antropológico. O nível seguinte é o *ego societal*, também chamado de *actancial* por ser ele o palco dos atores sociais. Aqui se encontram dois polos, um positivo – com os papéis confortados pela ideologia vigente – e outro negativo – com os papéis e funções marginalizadas. Acima desses dois níveis, vem o *superego societal*, a imagem racionalizada de uma sociedade, defendida pelas pedagogias, pelas instituições, pelos programas e localizada, a partir do século XX, nos meios de comunicação. O mito circulante, conforme Coelho (1997b), vitaliza esses três níveis e

lhes dá um sentido que se torna então, histórico, ou seja, que se encarna em ideologias, programas de ações, papéis sociais etc.

Métodos do imaginário na Comunicação

Para estudar tanto a ocorrência de imagens simbólicas em um dado texto cultural quanto seu prolongamento nos contextos sociais, Durand propõe a *mitodologia*. Existem vários outros métodos, particularmente no âmbito da Sociologia do Imaginário (LEGROS et al., 2007) de que se pode lançar mão. No entanto, elegemos aqui a *mitodologia* como particularmente adequada para a pesquisa empírica em Comunicação por seu caráter bifronte: ao mesmo tempo em que permite uma evidenciação de imagens simbólicas particulares a um produto comunicacional, a mitodologia é capaz de situar o imaginário alimentado e alimentador desse produto num contexto histórico, social, cultural, fazendo jus à dimensão antropológica da comunicação, esta sendo cada vez mais participante da formação do homem contemporâneo.

A mitodologia é a reunião de dois métodos de pesquisa do imaginário que foram separados por Durand apenas para efeitos didáticos: a mitocrítica e a mitanálise. Enquanto a mitocrítica parte de um texto cultural, a mitanálise se debruça sobre um contexto social (DURAND, 1996, p. 165).

A mitocrítica consiste, basicamente, no recenseamento de imagens simbólicas em dado material cultural, tanto escrito quanto oral. As utilizações mais comuns da mitocrítica foram feitas, inicialmente, para a análise das obras artísticas em geral

e literárias em particular. No entanto, é possível adaptar o método também aos discursos da Comunicação, utilizando-o como uma técnica de análise de conteúdo que busca identificar metáforas obsessivas ou *mitemas* – repetições metonímicas do mito que é objeto da narração geral que se estuda, de modo que cada fragmento reflete o todo – em dado recorte de pesquisa.

Parte-se do pressuposto que toda narrativa é aparentada do mito, possuindo a mesma estrutura que ele, apoiada em redundâncias. O jogo de redundâncias é importantíssimo quando se trabalha com imagens simbólicas porque num símbolo, como explica Durand (2000, p. 16), tanto significado quanto significante são infinitamente abertos. A redundância serve para corrigir a inadequação da encarnação concreta do símbolo. É pelo jogo de redundâncias que se detectam num texto as metáforas obsessivas acima mencionadas e se torna possível identificar “mitos pessoais e suas eventuais relações e projeções sobre os mitos coletivos” (COELHO, 1997, p. 253). O recorte que vai estabelecer o âmbito de recolha dos dados empíricos tem que ser suficientemente singularizado para abrigar mitos particulares a certa autoria ou contexto. Esse recorte pode delimitar tanto uma produção inteira, como uma novela ou um telejornal, quanto um aspecto dessa produção, como o tratamento dado a determinado tema dentro de uma novela ou numa cobertura jornalística.

Em qualquer que seja o caso, será constituído um corpo empírico, e não necessariamente uma amostragem. Isso não quer dizer que a quantificação não esteja presente na mitocrítica; pelo contrário. Para se constatar que uma metáfora é redundan-

te e obsessiva, será necessário observar não só sua ocorrência, mas sobretudo sua recorrência. Assim, vemos que a quantificação vem dar suporte à interpretação qualitativa.

Para a identificação dos mitemas e do mito diretor em dado texto cultural, deve-se fazer, inicialmente, um levantamento dos elementos que se repetem de forma obsessiva e significativa na narrativa e que podem ser um tema, um objeto, um cenário, uma circunstância etc. A seguir, examinam-se as situações em que aparecem. Por último, levantam-se as diferentes lições que o mito traz e as correlações dessa lição com as de outros mitos coexistentes. É nesse ponto que a mitocrítica começa a exigir a mitanálise.

A mitanálise, inspirada na psicanálise, é um método que busca a identificação dos mitos dominantes, aqueles que vitalizam os níveis da tópica sociocultural e dos mitos latentes, marginalizados e não-autorizados, que trabalham a sociedade num nível profundo. A mitanálise é a extensão da mitocrítica para o campo das instituições e das práticas sociais. A segunda fase da metodologia exige, portanto, passar dos textos aos contextos. Partindo-se de sequências de mitemas de um mito estabelecido, a mitanálise vai ler as ressonâncias dele em uma sociedade ou momento histórico.

Todos esses passos *mitodológicos* correm o risco de se converterem em simplória decodificação de signos caso sejam seguidos esquematicamente. A necessidade de uma homologia contra a analogia é urgente quando se intenta desenhar constelações de imagens com o objetivo de se obter pistas sobre o mito diretor de uma época, uma obra, um fenômeno. Durand

recomenda a comparação da variação com a fuga para que se perceba a distância entre a homologia e a analogia. No entanto, mesmo que sejamos suficientemente iniciados em música para nos sensibilizarmos com a diferença de fundo entre *O Ferreiro harmonioso*, de Händel, e *A arte da fuga*, de Bach, não será simples escapar da facilidade de enxergar paixão no vermelho e racionalidade no azul, seguindo os mesmos hábitos de pensamento que estamos criticando. A imagem simbólica não codifica nem decodifica, e sim revela, e a revelação é uma experiência pessoal, única e inexplicável. Embora não suficiente, essa experiência é necessária ao pesquisador do imaginário; somente quando ela se dá começa a se tornar possível construir um método de compreensão do fenômeno que se deseja estudar sob esse prisma. Esse método, sim, é comunicável aos pares, embora não seja seguramente repetível, já que depende da experiência anterior da revelação, a aporética experiência simbólica: a da imagem como um espaço que resiste ao tempo.

Referências

- BACHELARD, G. *A água e os sonhos: ensaio sobre a imaginação da matéria*. São Paulo, Martins Fontes, 1997.
- BACHELARD, G. *A poética do espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 1993.
- BACHELARD, G. *A psicanálise do fogo*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- BACHELARD, G. *A terra e os devaneios da vontade: ensaio sobre a imaginação das forças*. São Paulo: Martins Fontes, 2001a.
- BACHELARD, G. *A terra e os devaneios do repouso: ensaio sobre as imagens da intimidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1990.
- BACHELARD, G. *O ar e os sonhos*. Ensaio sobre a imaginação do movimento. São Paulo: Martins Fontes, 2001b.

- BARROS, A. T. M. P. A saia de Marilyn: do arquétipo ao estereótipo nas imagens midiáticas. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. E-Compós, Brasília, v. 12, n1, jan./abr. 2009.
- BARROS, A. T. M. P. *O sentido posto em imagem: a comunicação de estratégias contemporâneas de enfrentamento do mundo através da fotografia*. In: *Galáxia: revista transdisciplinar de comunicação, semiótica, cultura*. São Paulo N. 19 (jul. 2010), p. 213-225.
- BARROS, A. T. M. P. *Sob o nome de real: imaginários no jornalismo e no cotidiano*. Porto Alegre: Armazém Digital, 2007.
- COELHO, T. *Dicionário crítico de política cultural, cultura e imaginário*. São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 1997a.
- COELHO, T. Um mapa do imaginário. *Cult*, São Paulo, n. 3, p. 12-13, out. 1997b.
- CONTRERA, M. *Mediosfera: meios, imaginário e desencantamento do mundo*. São Paulo: Annablume, 2010.
- DEBRAY, R. *Vida e morte da imagem*. Uma história do olhar no ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.
- DURAND, G. *Introduction à la mythologie: mythes et sociétés*. Paris: Albin Michel, 1996.
- DURAND, G. *A imaginação simbólica*. Lisboa: Edições 70, 2000.
- DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. Introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- DURAND, G. *O imaginário*. Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.
- ELIADE, M. *Mito e realidade*. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- ELIADE, M. *O sagrado e o profano*. A essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- FELINTO, E. *A religião das máquinas*. Ensaio sobre o imaginário da cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- FERREIRA SANTOS, M. Profundidades da argila: exercícios práticos e plásticos de mitohermenêutica. In: *Imaginário: o "entre-saberes" do arcaico e do cotidiano*. Org. : **Lúcia Maria Vaz Peres. Pelotas: Editora e Gráfica Universitária/Ufpel, 2004**. p. 71-89.
- FERREIRA, A. B. de H. *Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira : Lexikon Informática Ltda., 1999.
- LEGROS, P. et al. *Sociologia do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2007.
- LEMOES, A. *Cibercultura*. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- MAFFESOLI, M. *A contemplação do mundo*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

- MAFFESOLI, M. *No fundo das aparências*. Petrópolis: Vozes, 1996.
- PEIRCE, C. S. *Semiótica e filosofia*. São Paulo: Cultrix, 1984.
- TEIXEIRA, M. C. S A pesquisa sobre imaginário no Brasil: percursos e percalços. In: ROCHA PITTA, Danielle Perin (Org.) *Ritmos do imaginário*. Recife : Ed. universitária da UFPE, 2005. p. 109-123.
- THOMAS, J. *Introduction aux méthodologies de l'imaginaire*. Paris: Ellipses, 1998.
- WUNENBURGER, J.-J. *O imaginário*. São Paulo: Loyola, 2007.
- SILVA, J. M. *As tecnologias do imaginário*. Porto Alegre: Sulina, 2003.