

# Comunicação e imaginário – uma proposta metodológica

Ana Taís Martins Portanova Barros\*

## Resumo

A relação com o real é discussão estratégica no campo da Comunicação. Dada a importância cada vez mais reconhecida do imaginário na construção de realidades, este artigo propõe uma metodologia de estudo de imagens simbólicas específica para a Comunicação, área na qual o imaginário, apesar de não ser ignorado, não é estudado empiricamente. Recenseiam-se as questões lexicais e heurísticas ligadas ao termo imaginário, bem como algumas noções-chave provenientes dos Estudos do Imaginário, a saber a de imaginação material, sincronicidade, arquétipo, *illud tempus* e mito. Busca-se na Teoria Geral do Imaginário de Gilbert Durand a metodologia como proposta para a pesquisa em Comunicação, exemplificando sua aplicação.

**Palavras-chave:** Comunicação. Pesquisa. Real. Imaginário. Metodologia.

## Communications and the imaginary - a methodological proposal

### Abstract

The relationship with the real is a strategic discussion in the field of Communications. Given the increasingly recognized importance of the imaginary in the construction of realities, this article proposes a specific methodology to study symbolic images for Communications, a field in which the imaginary, while not ignored, is not studied empirically. A careful study of the lexical and heuristic questions related to the term imaginary is realized, as well as key-concepts from Studies of the Imaginary, such as the material imaginary, synchronicity, archetypes, *illud tempus* and myth. Then, a General Theory of the Imaginary of Gilbert Durand, a methodology, is sought out as a research proposal for Communications, exemplifying its application.

**Keywords:** Communications. Research. Real. Imaginary. Methodology.

---

\* Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA/USP, professora da área de Fotografia do Departamento de Comunicação da UFRGS. Atualmente, desenvolve a pesquisa “O estado da arte da pesquisa em fotografia no Brasil: imaginários, ciência, senso comum”. Fundadora e coordenadora do grupo de pesquisa do CNPq Imaginalis – Grupo de Pesquisa sobre Comunicação e Imaginário. Autora de *Sob o nome de real: imaginários no jornalismo e no cotidiano* (Armazém Digital, 2008). E-mail: anataismartins@hotmail.com

## Comunicação e imaginário - uma proposta metodológica

### Resumen

La relación con lo real es discusión estratégica en el campo de la Comunicación. Dada la importancia cada vez más reconocida del imaginario en la construcción de realidades, este artículo propone una metodología de estudio de imágenes simbólicas específica para la Comunicación, área en la cual lo imaginario, a pesar de no ser ignorado, no se estudia empíricamente. Se registran las cuestiones lexicales y heurísticas relacionadas al término imaginario, así como las nociones clave provenientes de los Estudios del Imaginario, como la de imaginación material, sincronidad, arquetipo, *illud tempus* y mito. A seguir, se busca en la Teoría General del Imaginario de Gilbert Durand la metodología como propuesta para la investigación en Comunicación, ejemplificando su aplicación.

**Palabras clave:** Comunicación. Investigación. Real. Imaginario. Metodología.

### Introdução

A palavra *imaginário* é recorrente na Comunicação. Tanto a mídia quanto a pesquisa da área buscam nesse termo 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 descreverem alguns métodos de estudo do imaginário e sua aplicabilidade 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). Hoje, seis anos depois, refizemos esse procedimento e verificamos que esse número mais do que dobrou: chega a 253, dos quais 18 se inscrevem na área da Comunicação. É um índice expressivo, 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 não existem obras teóricas e metodológicas dedicadas à problemática. Daí resulta que 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 empiricamente como dimensão dos objetos comunicacionais.

O imaginário 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 necessários instrumentos específicos, 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, imagem costuma ser associada a qualquer “representação gráfica, plástica ou fotográfica de pessoa ou de objeto” ou ainda a “representação dinâmica, cinematográfica ou televisionada, de pessoa, animal, objeto, cena etc.” (FERREIRA, 1999). Nos estudos do signo, imagem é um tipo de ícone que se assemelha, de algum modo, quanto à aparência, a seu objeto (PEIRCE, 1994, p.117).

Já nos Estudos do Imaginário, imagem é o modo de a consciência (re)apresentar objetos que não se apresentam diretamente à sensibilidade. 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, situação completamente oposta à da Teoria dos Signos. 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.

Em Comunicação, é bastante usual a definição peirceana de símbolo, de modo que as confusões são frequentes quando se fala de imaginário sem precisar o termo. 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 imaginário na Comunicação, já que esta trabalha abundantemente com imagens iconográficas: conforme a visada, elas podem ser simples ícones, *dificultando* o acesso ao imaginário em questão ou, ao contrário, complexificarem-se em imagens simbólicas.

A partir da noção de imagem simbólica, pode-se finalmente falar em *imaginário*, o “[...] conjunto de imagens e relações de imagens que constitui o capital pensado do Homo sapiens” (DURAND, 1997, p.18), ou ainda “[...] 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. 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 pólos 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 assimi-

ladoras e as intimações objetivas que emanam do meio cósmico e social” (1997, p.41). 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 trazemos aqui, por ordem cronológica, é Carl Gustav Jung (1875-1961). Toda sua obra gira em torno das noções de arquétipo, imagem e símbolo, de modo a se tornar incontornável para o estudo 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, 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 aceleração, 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), mer-

gulta 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 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, endossando as idéias de Bergson (apud DURAND, 200, p.98), que estabeleceu o papel biológico da função fabuladora.

Se a imaginação é realmente 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 inócua 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. Comparando o homem moderno, que se considera produto do curso da História, com o homem arcaico, Eliade destaca que a irreversibilidade dos acontecimentos não é uma evidência para este último.

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 perguntar 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.

Resumindo o que vimos até aqui, 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 equacionamentos 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 heróico, o místico e o dramático. Cada um deles se constitui sob um esquema de ação fundador, derivados de reflexos dominantes que, quando em curso, retardam ou inibem outros reflexos. Assim, Durand, baseado na reflexologia, postula as relações entre o corpo e as representações, variando o universo mítico conforme o gesto reflexológico que se encontra na sua base.

É no ambiente tecnológico humano que vamos procurar um acordo entre os reflexos dominantes e o seu prolongamento ou confirmação cultural [...]. Os três grandes gestos que nos são dados pela reflexologia desenrolam e orientam a representação simbólica para matérias de predileção [...]. [...] diremos que cada gesto implica ao mesmo tempo uma matéria e uma técnica, suscita um material imaginário e, senão um instrumento, pelo menos um utensílio (DURAND, 1997, p.51-54).

No *universo mítico heróico*, a ação fundamental é da *distinção*, engendrada pelo reflexo postural, que privilegia as sensações à distância, visão e audifonação: 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 idéias” (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 pólos, 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 um sentido histórico.

Para estudar tanto a ocorrência de imagens simbólicas em um dado texto cultural quanto seu prolongamento nos contextos sociais, Durand propõe a *mitodologia*, explicitada adiante. Existem vários métodos 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.

## Mitodologia na Comunicação

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), como poderemos ver a seguir.

### *Mitocrítica*

Este método 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 redundante 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.

### *Mitanálise*

A mitanálise, inspirada na psicanálise, é um método que busca a identificação dos mitos dominantes, aqueles que vitalizam os níveis da tópica sociocultural, vista no intertítulo 4, 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.

### *Exemplificação de aplicação metodológica*

Uma pesquisa que tencione estudar a Comunicação sob a perspectiva do imaginário exige a construção multifacetada de um corpo empírico. Explica-se: dado o caráter sutil e intátil do imaginário, não se pode ter segurança sobre seu delineamento a partir de apenas um aspecto de sua manifestação concreta; assim como a metodologia progride do micro ao macro, indo da mitocrítica à mitanálise, também o corpo empírico ao qual ela vai ser aplicada necessita abranger porções diferentes da realidade estudada.

Exemplificaremos a seguir a utilização da metodologia na Comunicação por uma pesquisa que buscou estudar o imaginário no jornalismo impresso, especificamente a partir de produções de reportagens sobre camelôs em Porto Alegre. Nesse caso, o corpo empírico foi constituído pela transcrição de entrevistas realizadas com repórteres que cobriam esse assunto, pelas reportagens publicadas em um período de tempo delimitado pela pesquisa, pela história de vida narrada por uma camelô e pela transcrição de entrevistas realizadas com um grupo de camelôs. O inventário de imagens simbólicas desses dois universos – o dos camelôs e o do jornalismo – foi depois cruzado com dados estatísticos e históricos sobre a relação dos camelôs com a cidade de Porto Alegre, por um lado, e com os condicionamentos técnicos, históricos e sociais do jornalismo por outro, ampliando-se a mitocrítica e chegando-se à mitanálise.

A fim de se visualizar melhor as imagens simbólicas, é conveniente elaborarem-se protocolos de análise para cada uma das unidades de texto. No exemplo que trazemos, as imagens foram agrupadas segundo seu pertencimento ao universo mítico dramático, heróico ou místico, pertencimento este determinado, como se viu anteriormente, pelas ações que estão na base da respectiva

imagem.<sup>1</sup> No protocolo de análise, o texto analisado ocupa a coluna da esquerda, juntamente com dados que permitem sua localização precisa. Os mitemas extraídos do texto são agrupados em colunas específicas para cada universo mítico:

NETTO, A. <i>Camelôs desafiam prefeitura</i> . Zero Hora, 10/abr/2002. p. 39.	Universo mítico heróico <i>distinguir</i>	Universo mítico dramático <i>reunir</i>	Universo mítico místico <i>confundir</i>
<p><i>Ambulantes irregulares ameaçam</i> enfrentar Brigada nas ruas hoje  <i>Camelôs desafiam</i> prefeitura  <i>Vendedores ambulantes irregulares e técnicos da Secretaria Municipal da Produção, Indústria e Comércio (Smic) não chegaram a um acordo ontem, na segunda reunião após a invasão do prédio no qual funciona o gabinete do prefeito da Capital, João Verle, na segunda-feira.</i>  <i>Em tom agressivo, os camelôs anunciaram a intenção de resistir na área central da Capital e enfrentar a Brigada Militar (BM), orientada a apoiar a fiscalização rígida.</i>  <i>A tentativa de diálogo com vendedores ambulantes não-regularizados pela prefeitura esbarrou em uma decisão firme tomada pela Smic: a de não ceder os espaços públicos retomados do comércio informal no quadrilátero central — delimitado pelas ruas Caldas Júnior, Mauá, Doutor Flores e Riachuelo. A intenção contrária parte das reivindicações dos camelôs. Na segunda-feira — em uma reunião de 50 minutos com a direção de fiscalização da Smic —, eles exigiram a liberação do comércio nas vias Doutor Flores, Sete de Setembro, Voluntários da Pátria, Marechal Floriano, Salgado Filho e Vigário José Inácio, e pediram a retirada do efetivo extra da Brigada Militar do Centro. Numa atitude agressiva, os ambulantes irregulares chegaram a cercar o diretor de Fiscalização da secretaria, Sebastião Barbosa.</i></p>	irregulares ameaçam	tentativa de diálogo	
	desafiam	parte das reivindicações	
	não chegaram a um acordo		
	invasão		
	agressivo		
	resistir		
	esbarrou em uma decisão firme		
	não ceder		
	agressiva		
	cercar o diretor		

<sup>1</sup> Em *As estruturas antropológicas do imaginário*, Durand explica como as imagens constelam entre si, sendo possível postular a homologia entre imagens aparentemente tão diferentes quanto a belicosidade e o angelismo. Esse aprofundamento, embora fulcral para a perspectiva do imaginário, excede os limites deste texto.

A mitocrítica respectiva é a seguinte:

No texto acima, a imagem heróica da agressividade, encarnada pelos camelôs, constela com a imagem arquetípica, também heróica, do olho urâniano, que se depreende encarnada pelo repórter, ao buscar simplesmente descrever o que viu e ouviu, prendendo-se, pois, às manifestações sensoriais supostamente verificáveis: uma cena e uma fala podem ser gravadas, bem diferente do que ocorre com cheiros, por exemplo, e ainda mais diferente do que ocorre com a atmosfera emocional.

O início dessa reportagem se organiza sob a espada heróica. A imagem arquetípica da pureza oposta à impureza se manifesta já no antetítulo (ambulantes **irregulares**), constelando com a belicosidade (**ameaçam** enfrentar; **desafiam**).

No terceiro parágrafo, o regime noturno se imiscui, com a dramatização de imagens opostas. Uma negociação se tenta iniciar, mas é inibida pelo poder. Essa autoridade não sufoca completamente o outro lado: contrária **parte** das reivindicações dos camelôs.

As imagens desse drama, no entanto, se reagrupam de outra forma a seguir, e a oposição diurna entre o fora-da-lei e a autoridade normativa reaparece: numa atitude **agressiva**, os ambulantes **irregulares** chegaram a **cercar** o **diretor** de Fiscalização da Smic (BARROS, 2007, p.142).

Procede-se desse modo com todos os textos constituintes do corpo empírico. Como se vê, a mitocrítica se aproxima bastante de uma análise de conteúdo, mas sem nenhum objetivo quantitativo, pois o contexto das imagens detectadas pode ser até mais importante do que seu número.

A mitodologia exige que se situem as imagens recenseadas num quadro mais amplo, em que coerções historicamente localizadas (sociais, culturais, políticas, religiosas etc.) completem o mapa do imaginário arquetipologicamente desenhado. É nesse momento que a mitocrítica atinge o patamar da mitanálise e relaciona os mitemas aos grandes mitos circulantes na sociedade. No caso da pesquisa aqui utilizada como exemplo, após o recenseamento das imagens simbólicas foi possível perceber um completo desligamento entre o imaginário jornalístico e o imaginário do cotidiano que pautou o jornalismo. Esse desligamento se reproduziu nas reportagens analisadas e se configurou como o paroxismo do desejo jornalístico de separar tangível de intangível, certo de errado, real de imaginário a fim de atingir a verdade. No entanto, a verdade a

que o jornalismo se refere seria, conforme a pesquisa, não mais do que um só aspecto do imaginário, regido pelo mito de Prometeu. Dessa forma, o jornalismo contribuiria, na nossa sociedade, mais para a normatização do que para a simples informação.

### **Pesquisador da Comunicação, um mitólogo**

A perspectiva do imaginário abre na Comunicação um grande e inexplorado campo para a pesquisa empírica. As relações entre real e imaginário, as desmitologizações e remitologizações encorajadas pelas tecnologias de Comunicação, a questão do estereótipo e do preconceito, degradações de imagens arquetípicas que tão facilmente circulam nos produtos comunicacionais são exemplos de temas que se oferecem aos estudos da Comunicação sob a perspectiva do imaginário.

Apresentamos aqui não mais do que pistas para essa vertente de pesquisa. A mitodologia não passa de uma sugestão de método. Embora tenha sido concebida para o estudo de textos, pode ser adaptada para o estudo de imagens iconográficas, como já fizemos em outro lugar com a fotografia (BARROS, 2009, 2010). Talvez a maior dificuldade desse trabalho seja não a da construção dos métodos apropriados para cada caso. A construção é resolvida quando se compreende, de modo amplo, a dinâmica do imaginário. Essa compreensão é certamente a maior dificuldade que se oferece para se estudar empiricamente o imaginário, pois solicita não só um arcabouço teórico específico como também a familiaridade com a diversidade de mitologias que vem fazendo a construção cultural das nossas sociedades ocidentais. Então, o estudioso da Comunicação se torna também um mitólogo.

### **Referências**

BACHELARD, Gaston. **A água e os sonhos**: ensaio sobre a imaginação da matéria. São Paulo, Martins Fontes, 1997.

\_\_\_\_\_. **A poética do espaço**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

\_\_\_\_\_. **A psicanálise do fogo**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

\_\_\_\_\_. **A terra e os devaneios da vontade:** ensaio sobre a imaginação das forças. São Paulo: Martins Fontes, 2001a.

\_\_\_\_\_. **A terra e os devaneios do repouso:** ensaio sobre as imagens da intimidade. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

\_\_\_\_\_. **O ar e os sonhos.** Ensaio sobre a imaginação do movimento. São Paulo: Martins Fontes, 2001b.

BARROS, Ana Taís Martins Portanova. 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. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/365/321>. Acesso em: 15 nov. 2009.

\_\_\_\_\_. 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: PUC-SP, n. 19, p. 213-225, jul. 2010.

\_\_\_\_\_. **Sob o nome de real: imaginários no jornalismo e no cotidiano.** Porto Alegre: Armazém Digital, 2007.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural, cultura e imaginário.** São Paulo: Iluminuras/Fapesp, 1997a.

\_\_\_\_\_. Um mapa do imaginário. **Cult.** São Paulo, n. 3, p. 12-13, out. 1997b.

DEBRAY, Régis. **Vida e morte da imagem.** Uma história do olhar no ocidente. Petrópolis: Vozes, 1993.

DURAND, Gilbert. **Introduction à la mythodologie: mythes et sociétés.** Paris, Albin Michel, 1996.

\_\_\_\_\_. A imaginação simbólica. Lisboa: Edições 70, 2000.

\_\_\_\_\_. **As estruturas antropológicas do imaginário.** Introdução à arquetipologia geral. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

\_\_\_\_\_. **O imaginário.** Ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem. Rio de Janeiro: DIFEL, 1998.

ELIADE, Mircea. **Mito e realidade**. São Paulo: Perspectiva, 1994.

\_\_\_\_\_. **O sagrado e o profano**. A essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

FELINTO, Erick. **A religião das máquinas**. Ensaio sobre o imaginário da cibercultura. Porto Alegre: Sulina, 2005.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário Aurélio Eletrônico Século XXI**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira : Lexikon Informática Ltda., 1999.

LEGROS, Patrick et al. **Sociologia do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2007.

LEMONS, André. **Cibercultura**. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre, Artes e Ofícios, 1995.

\_\_\_\_\_. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1996.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica e filosofia**. São Paulo, Cultrix, 1984.

SANTOS, Marcos Ferreira. 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.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

TEIXEIRA, Maria Cecília Sanchez. A pesquisa sobre imaginário no Brasil: percursos e percalços. In: **Ritmos do imaginário**. Org.: Danielle Perin Rocha Pitta. Recife : ed. universitária da UFPE, 2005. p. 109-123.

THOMAS, Jöel. **Introduction aux méthodologies de l’imaginaire**. Paris: Ellipses, 1998.

WUNENBURGER, Jean-Jacques. **O imaginário**. São Paulo: Loyola, 2007.