

• **RESUMOS**

## DO CÁ E DO LÁ: INTRODUÇÃO À IMAGOLOGIA

Maria Célia Ribeiro Santos\*

**E**m tempos de globalização, como o são os nossos, talvez, a olhos menos atentos, possam parecer inócuas as inquietações acerca de imagens nacionais veiculadas mundo afora. No entanto, àqueles que costumam analisar com maior acuidade as circunstâncias que as envolvem, tais preocupações afigurar-se-ão como ainda mais prementes nestes dias de “enfrentamento” de civilizações do que em quaisquer outras épocas.

É disso (e de muito mais) que trata o livro *Do cá e do lá: introdução à imagologia*, de Celeste H. M. Ribeiro de Sousa, publicado pela Humanitas, em fins de 2004. Na introdução ao livro, a autora esclarece que um dos interesses dos estudiosos de imagologia é contribuir para aproximar os que ainda se consideram diferentes e inimigos e mostrar que a diferença faz parte da identidade. Na guerra entre globalização e localismo, o local não pode ser esmagado pelas ambições dos países hegemônicos. Em que e de que modo os estudos imagológicos podem ajudar? O livro *Do cá e do lá: introdução à imagologia* dá notícia de algumas chaves que abrem a resposta a esses questionamentos.

Na Parte I, o leitor fica sabendo que imagologia é o nome dado a uma área de pesquisa, cujo objeto de estudo precípua são as imagens de países criadas e veiculadas em textos escritos, entre eles os de literatura. A imagologia investiga, assim, questões como: a maneira como os diferentes povos vêem-se uns aos outros; o que se pode aprender das imagens que criam uns dos outros; como essa compreensão contribui para diminuir (ou eliminar) os mal-entendidos que se estabelecem entre os povos.

Desse modo, atualmente a imagologia não tem a intenção de delimitar “identidades nacionais”, atitude que não faria mais sentido no mundo de hoje. A imagologia trata, isso sim, de iluminar o grau de distorção encontrado nos estereótipos – em imagologia, chamados imagotipos (cabe ressaltar que não se trata de sinonímia perfeita) – pesquisando sua origem e recepção. Com isso, o que se pretende é não suprimir tais estereótipos (o que seria impossível, como demonstra a autora na Parte II), mas promover a compreensão de seu surgimento, o que lhes tira a eventual virulência.

\* Doutoranda em Literatura Alemã na Universidade de São Paulo. E-mail: celeste@usp.br

Segundo Celeste de Sousa, os estudos imagológicos também são pertinentes no Brasil, porque o país, tendo sido colonizado durante séculos, tem suas imagens difundidas mundo afora refletindo ainda a fantasia medieval presente na cultura européia da época do Descobrimento, pelo menos na literatura de língua alemã; portanto, trata-se aqui de uma investigação no âmbito da imagologia literária. Há tempos, os intelectuais e escritores brasileiros procuram o perfil de uma cultura nacional e, há tempos, vêm tropeçando nas imagens forjadas por culturas alheias à sua, realimentando-as, fator que, seguramente, precisa ser discutido e aclarado. Quem é capaz de afirmar que tais imagens fixadas no imaginário estrangeiro não se fazem (negativamente) presentes em negociações financeiras internacionais, por exemplo?

Ainda na Parte I, há especificações referentes ao método dos estudos imagológicos e um breve retrospecto da trajetória da imagologia, que nos leva a ter mais claros os objetivos e as transformações por que passou essa área do conhecimento.

A Parte II oferece ao leitor considerações referentes à ontologia da imagem. Trata-se de elucidação relativamente concisa, porém valiosa, acerca do processo de formação de imagens, tendo em vista que, caso não esteja ciente de cada uma das etapas dessa formação, o estudioso de imagologia pode incorrer no erro de, ele mesmo, criar novos estereótipos.

Com o fim de delinear esse processo, a autora alude aos estudos de Charles Sander Peirce, Johann Gottlob Frege e Serge Leclair, entre outros, explicitando que o mundo externo atinge o interior do homem pela via dos sentidos que, através do sistema nervoso, ativam o cérebro, e transformam-se em impressões e sensações que ficam recolhidas na memória. Na ausência dos objetos externos, no entanto, a memória é capaz de trazer à tona suas *imagens*. “A imagem seria, assim, uma configuração simbólica do real, efetuada no âmbito do cérebro, passível de ser mediatizada por um código (com todas as suas implicações)” (p.84). Há que considerar, ainda, que o ser humano só consegue perceber a realidade por partes, nunca como um todo. Assim, apreende parte das características de uma realidade num primeiro momento e, a seguir, dá sentido àquela realidade como um todo, procedimento que, obrigatoriamente, distorce essa realidade. Desse modo, a imagem que se forma sofre interferências de uma série de “filtros”, fator que a impede de ser absolutamente “fiel” à realidade que pretende retratar.

O conceito de imagem pode, ainda, se desdobrar em auto- e hetero-imagem. Para explicar a noção de auto-imagem, Sousa lança mão do mito de Narciso – colocando-nos diante da metáfora do espelho – e dos estudos de vários pensadores, entre eles os psicanalistas Sigmund Freud, Carl Gustav Jung e Jacques Lacan. Sobre o pai da psicanálise, diz-se que se preocupou em desvelar a realidade interior que, até então, não era levada em conta. Com isso, Freud cunhou os conceitos de *id*, *ego* e *superego*, focalizando a formação da personalidade. Trata-se de uma primeira incursão à auto-imagem mais abrangente (porque também interior) do indivíduo. De Jung empresta-se o conceito de arquétipo/inconsciente coletivo, para lembrar que algumas imagens são “herdadas” e, portanto, podem perpetuar-se ainda que não reflitam a “verdade”. Lacan, por seu turno, ocupou-se em estudar, na criança, o que chamou de “estágio de espelho”. Esse estágio “remeteria a criança à imagem dela mesma e cuja moldura seria dada pelo outro” (p.86), esse “outro” são as

peças com quem a criança mantém contato, poderia ser a família, a escola, a igreja, e assim por diante. Vê-se, desse modo, que a imagem que um indivíduo faz de si mesmo, auto-imagem, nunca é de sua autoria exclusiva. Sempre há, nela, resquícios de alteridade, de imagens “herdadas” ou recebidas, por qualquer meio, de outros – hetero-imagens. Assim, o conceito de auto-imagem (imagem de si mesmo) está irremediavelmente atado ao de hetero-imagem (imagem de outros). Esses mesmos conceitos relativos à imagem do indivíduo podem ser empregados para estudar as imagens de um país.

Na Parte III, o leitor encontra muitos exemplos de hetero-imagens do Brasil veiculadas pela literatura de expressão alemã. Constata-se que a imagem corrente do país na Europa (ou pelo menos nos países de língua alemã) é a de espaço paradisíaco, natureza exuberante, onde vive o índio puro e virtuoso, terra de possibilidades ilimitadas – eldorado –, em contraponto com o espaço urbano degradado, miserável e o homem (negro/mulato) primitivo, místico, inculto, irresponsável, xenófobo. O Brasil também é retratado como paraíso psicológico, onde há imensa liberdade social, política e moral.

São apresentadas leituras imagológicas, sempre partindo da imanência do texto, das obras de Goethe (*Todeslied eines Gefangenen. Brasilianisch; Liebeslied eines Wilden. Brasilianisch e Brasilianisch*), Bertold Brecht (*Baal*), Alfred Döblin (*Der blaue Tiger*), Ulrich Becher (*Brasilianischer Romanzero*), Marie Luise Kaschnitz (textos em prosa: *Wohin den ich; Tage, Tage, Jahre. Aufzeichnungen; Steht noch dahin e Orte. Aufzeichnungen*. Poesia: *Torres e Bentevi*) e Ulrich Beil (*Night thoughts*).

Este último merece destaque, na medida em que inovou ao transpor as fronteiras dos estereótipos e do preconceito e mesclar as realidades brasileira e européia. Segundo a autora, no poema de Ulrich Beil

*tudo se revela cumulativo e intercambiável. Nem o passado é separado do presente, nem do futuro, nem o Brasil é separado da Europa! ... O sujeito que tem a ilusão de inexoravelmente ter de escolher, percebe que os muitos e múltiplos fragmentos que capta não são excludentes mas que, ao contrário, fazem parte de um Um que ele, porém, não consegue mais sintetizar ... a imagem do Brasil alcança um plano de igualdade entre diferenças...(p.300-1)*

Após as considerações relativas às hetero-imagens brasileiras na literatura de língua alemã, há um recorte de leituras feitas a partir de textos da literatura brasileira, ou seja, auto-imagens do Brasil. Embora os textos tenham sido selecionados aleatoriamente, deve-se ressaltar que as obras comentadas são bastante representativas de nossa cultura, desde o Romantismo de José de Alencar até escritores nossos contemporâneos. Foram contemplados os seguintes autores e obras: José de Alencar (*Iracema*), Visconde de Taunay (*Inocência*), Machado de Assis (*Memórias póstumas de Brás Cubas*), Aluísio Azevedo (*O cortiço*), Euclides da Cunha (*Os sertões*), Graça Aranha (*Canaã* – que já merecera destaque anteriormente em comparação com *Der blaue Tiger*, de Alfred Döblin), Mário de Andrade (*Macunaíma*), Graciliano Ramos (*São Bernardo*), Guimarães Rosa (*Grande sertão: veredas*), Darcy Ribeiro (*Maíra*), Ana Miranda (*Boca do Inferno*) e Francisco Dantas (*Os desvalidos*).

Verifica-se que, afinal, as auto-imagens brasileiras não são assim tão diferentes das hetero-imagens. Continuam aparecendo alusões ao espaço primordial, à natureza exuberante, ao índio puro, ao eldorado, por um lado,

e, por outro, ao mulato irresponsável, à mulher voluptuosa, ao espaço urbano degradado.

Exceções a esses casos são os livros *Macunaíma*, de Mário de Andrade, e *Maira*, de Darcy Ribeiro, que procuram dar conta da verdadeira complexidade do país e de seu povo, um retrato mais “fiel” daquilo que o Brasil de fato é. Guimarães Rosa também é mencionado, porque o seu sertanejo mineiro atinge o humano universal. Entretanto, do ponto de vista imagológico, reflete apenas uma parte do Brasil – o Brasil rural. É assim que os estrangeiros o recebem.

A propósito das auto-imagens brasileiras, a autora já havia nos adiantado o seguinte:

*Sabe-se que a primeira imagem do Brasil foi elaborada por europeus. Sabe-se que os brasileiros a aceitaram e a incorporaram durante muito tempo. Questionaram-na e ainda a questionam, mas, estando num “salão de espelhos”, onde muitos dos refletores de imagens são ainda europeus da gema, descendentes de europeus ou de outras nacionalidades, a autoimagem não se apresenta de forma clara. (p.158)*

Depois de passar pela experiência dessa leitura, chega-se à conclusão de que para sabermos quem somos, é preciso conhecer também como os outros nos vêem. Portanto, é preciso reconhecer que ainda há muito a discutir sobre nós mesmos, e há muitos reparos a fazer em nossa auto-imagem. A análise imagológica da literatura é uma outra maneira de refletirmos sobre o assunto e descobriremos trilhas a percorrer, não com a pretensão de alcançar a “Verdade”, uma vez que, como mostra a autora, não será possível fazê-lo, mas sim com a intenção de nos vermos e nos fazermos ver de modo mais justo, tentando acomodar num Um harmonioso todas as verdades constituídas.

Somos levados a concordar com a autora, quando afirma que “talvez fosse importante, sem prejuízo dos aspectos isolados, estimular a escrita sobre o Brasil como um Um contraditório, caleidoscópico, multirracial, multicultural, multitemporal, pleno de vida, de metamorfoses, de história. Sem dúvida, isso também ajudaria o estrangeiro a ver-nos com mais justeza” (p.346).

SOUSA, Celeste H. M. Ribeiro de.
<i>Do cá e do lá: introdução à</i>
imagologia.
São Paulo: Humanitas, 2004.
368p.