

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO
PUC-SP

LUCIANO MARRA

Diferença Persuasiva entre Imagem e Texto

Mestrado em Comunicação e Semiótica

SÃO PAULO

2011

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

PUC-SP

LUCIANO MARRA

Diferença Persuasiva entre Imagem e Texto

Mestrado em Comunicação e Semiótica

Dissertação apresentada à Banca Examinadora da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, como exigência parcial para obtenção do título de MESTRE em Comunicação e Semiótica, sob a orientação do Prof. Doutor Jorge de Albuquerque Vieira.

SÃO PAULO

2011

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE SÃO PAULO

PUC-SP

LUCIANO MARRA

Diferença Persuasiva entre Imagem e Texto

Mestrado em Comunicação e Semiótica

Banca Examinadora

SÃO PAULO

2011

“Mas todo mal está nisso! Nas palavras. Todos trazemos dentro de nós um mundo de coisas: cada qual tem o seu mundo de coisas! E como podemos nos entender, senhor, se, nas palavras que digo, coloco o sentido e o valor das coisas como são dentro de mim, enquanto quem as ouve lhes dá, inevitavelmente, o sentido e o valor que elas têm para ele, no mundo que traz consigo?
Achamos que nos entendemos...
e nunca nos entendemos!”

(PIRANDELLO, in: *Seis Personagens à Procura de um Autor*).

AGRADECIMENTOS

Aos grandes pela generosidade:

Prof. Doutor Jorge de Albuquerque Vieira

Prof^a. Doutora Cecília Almeida Salles

Prof^a. Doutora Jerusa Pires Ferreira

Aos meios pela presteza:

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

(CAPES)

LUCIANO MARRA

Resumo

A Diferença Persuasiva entre Imagem e Texto

O trabalho em tela estrutura um discurso não dogmático, influenciado pelo ceticismo de Sexto Empírico, para compreender a diferença persuasiva entre imagem e texto. O objetivo da pesquisa é analisar o funcionamento da consciência durante os atos mentais que permitem a indução do comportamento humano após seu contato com os produtos oferecidos pelos canais de informação, que empregam imagem e texto como estratégia para gerar consumo. O método empregado aproveita a fenomenologia de Husserl, Sartre e Merleau-Ponty para explicar, por meio do caráter intencional da consciência, nossa relação semiótica com a realidade. Dentro desta realidade, fazemos o recorte epistemológico para entender as diferenças nas dinâmicas de subjetivação das imagens e dos textos. Para isso descrevemos seu funcionamento no ato da percepção, origem da diferença persuasiva entre um e outro objeto apreendido. Feito isto, descobrimos que, em relação à quantidade, o poder persuasivo das imagens é maior, não pela capacidade de nos dobrar pela força, mas pela sutileza com que alcança nosso imaginário, pois não exige a constituição de sentido obrigatória como nos textos, fato que permite a informação da imagem contornar nosso sistema crítico. Desse modo, ao participar de nosso imaginário, ela oferece modelos prontos de conduta para a imitação, pois nosso processo cognitivo, tal como demonstrara Piaget, se vale de tal estratégia para agilizar a familiarização com a realidade.

Palavras-chave: imagem, texto, persuasão, percepção, ceticismo, mídia.

LUCIANO MARRA

Abstract

The Difference between Image and Text Persuasive Effects

This work presents a skeptical discourse to understand the difference between image and text persuasive effects. The objective of this research is to analyze the functioning of consciousness during the mental acts that allow the induction of human behavior after contact with the products offered by information channels, which use image and text as a strategy to generate consumption. At first, he takes the phenomenology by Husserl, Sartre and Merleau-Ponty to describe, through the intentional character of consciousness, our semiotic regard to reality, within this reality do the epistemological framework for understanding the differences in the dynamics of subjectivity of images and texts. For that describes the operation of perceptual consciousness, origin of the difference between image and text persuasive effects. Once this is done we find that, in general, the persuasive power of images is greater than the text effects, because the images are perceived more subtlety than the texts. It does not require the creation of meaning in the texts as mandatory, a fact that allows the image information around our critical system. Thus, by participating in our imagination, provides models of conduct ready for imitation, as demonstrated Piaget, because our cognitive process takes advantage of such a strategy to streamline familiarity with reality.

Keywords: image, text, persuasion, perception, skepticism, media.

Sumário

INTRODUÇÃO	1
DELIMITAÇÃO TEMÁTICA	2
MÉTODO	9
MÉTODO E MUNDO	18
CONSCIÊNCIA, CONCEPÇÃO E PERCEPÇÃO	21
CONCEPÇÃO E COSTUME	41
CONCEPÇÃO, PERCEPÇÃO E COMUNICAÇÃO	49
FENOMENOLOGIA DAS IMAGENS E DOS TEXTOS	56
IMITAÇÃO	84
CONCLUSÃO	94
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	97

INTRODUÇÃO

Ao longo da história do pensamento, diante da equipolência de argumentos díspares e por entender essa mesma história como um desfile de teses em diafonia, tal como ensinado por Sexto Empírico nas Hipotiposes Pirrônicas, inicialmente exporemos nosso método cético de investigação que poderá ser aplicado a qualquer problema teórico.

Feito isto, estruturaremos um aparato teórico não dogmático para tentar entender nossa sociedade atual, que, grosso modo, se caracteriza pela alienação dos atributos e virtudes humanas, em que a fetichização da mercadoria embala o consumo desenfreado de bens de toda ordem. No entanto, dada a vastidão do tema, faremos um recorte a fim de restringir o foco investigativo e se encaixar no prazo disponível. Este recorte tenta privilegiar o cerne da questão, qual seja, a diferença persuasiva entre textos e imagens, que entendemos ser, dentre outros, os instrumentos da comunicação que fomentam o modelo de sociedade baseada no consumo.

Para conseguir nos aprofundar no recorte escolhido, teremos que dissecar não só o funcionamento da consciência como também as entranhas do funcionamento da percepção. Para isso, avaliamos a fenomenologia existencialista como a que mais bem o faz. Aproveitaremos, por isso mesmo, a noção de consciência intencional de Husserl e, ao colocá-la em funcionamento, nos aproximaremos da relação dialética entre consciência e mundo que Sartre descobrira. Num segundo momento, a partir da descoberta de que há já significação do real no momento mesmo da percepção, não só de objetos específicos, mas de toda a realidade, fato que inevitavelmente insere a existência no ramo da semiótica, nos aproximaremos mais ainda de Merleau-Ponty. A razão dessas três escolhas advém da descrição minuciosa das estruturas psíquicas que participam do processo de apreensão da realidade. E isso sem se perder num jogo vazio de palavras, tal como ocorre na metafísica. Neste sentido, também trataremos o fenômeno como fonte da realidade, sem insistir em que haja algo mais por trás daquilo que nos aparece, como diria Nietzsche, “a ilusão dos trás-mundos” (NIETZSCHE citado por

Sartre, 1997, p.16). A partir da relação entre imagens e textos com as estruturas psíquicas descritas, tentaremos estabelecer os laços que estreitam a ação humana e os objetos apreendidos. Ao esclarecermos essa relação, buscando exemplos no dia-a-dia, em especial no trabalho publicitário, conseguiremos, por fim, revelar a diferença persuasiva entre as imagens e os textos.

DELIMITAÇÃO TEMÁTICA

Há uma diferença considerável entre o poder persuasivo das imagens manifestas ao espectador se comparadas com o mesmo poder dos textos lidos por ele. Adiantando que a noção de poder é aqui empregada *lato sensu*, já que não pressupõe uma relação causal entre um objeto ativo, no caso a imagem, e um sujeito passivo, tornando a consciência, tal como os empiristas consideram a mente, tábula rasa a ser impressa pelos objetos que passam pelos sentidos, o que a meu ver é incorreto. O sentido de poder aqui empregado liga-se mais ao étimo aristotélico potência, mais ligado, então, ao sentido usualmente substituível por 'potencial'. Desta forma, as imagens e os textos teriam o potencial de influenciar as decisões do espectador, não coisificá-lo, reificá-lo, dobrá-lo ou submetê-lo de modo a alienar sua vontade, como se poderia erroneamente pensar a princípio. Portanto, que fique muito claro que o poder persuasivo não se confunde com o poder de determinar o comportamento de quem quer que seja; tal poder persuasivo sugere apenas que o objeto apreendido participa corriqueiramente do processo decisório do indivíduo. Indivíduo este sempre apto a tomar livremente qualquer decisão. Decisão esta que, se remetida ao passado imediato, pode ser associada ao objeto percebido no passo anterior à decisão, que pode ser, dentro da delimitação do tema, uma imagem ou um texto.

Se não fosse assim, não poderíamos empregar os conceitos da fenomenologia sartriana para descrever a dinâmica da percepção humana e, conseqüentemente, a consciência seria uma consciência determinada, tal como nas religiões, que a colocam sob a vontade divina, ou ainda, como a entendem certos biólogos, que a colocam à mercê dos genes, o que para Sartre, de quem tomamos a

base argumentativa inicial, seria ontologicamente um absurdo. Uma de suas mais consagradas sentenças ilustra bem essa liberdade imanente: “estou condenado a existir para sempre para-além de minha essência, para-além dos móveis e motivos de meu ato: estou condenado a ser livre.” (SARTRE, 1997, p.543). Por isso o poder persuasivo refere-se ao potencial de influência nas decisões a partir de certos objetos percebidos, mais próximo, assim, do efeito retórico, nada mais que isso.

Desta forma nos afastamos também da demonização maniqueísta com que os frankfurtianos tratam a indústria cultural, principal estrutura responsável pela difusão de imagens nas sociedades industriais, ao esvaziar a responsabilidade individual do espectador com relação à síntese resultante do embate entre sua consciência e o objeto percebido. Essa escola, principalmente ao generalizar indivíduos ontologicamente livres sob a alcunha de massa de consumo, provoca uma defasagem teórica ao tentar explicar a possibilidade da existência de si própria, uma escola de intelectuais. Parece não levar em conta que eles próprios são pessoas inseridas numa sociedade totalizada pelo aparato técnico de produção e ainda assim avessas a seus efeitos. É evidente que, mesmo dentro de um sistema erigido sobre a manipulação das necessidades dos sujeitos, ainda e principalmente de forma derivada, onde a saúde e a tranquilidade são vendidas como cigarro, onde um corpo atlético é vendido como refrigerante, pizza e sanduíche, eles salvaguardaram, com muita sagacidade por sinal, a capacidade crítica do todo social. Eles mantiveram-se capazes de colocar em crise a ideologia por trás dos objetos e das imagens destes objetos oferecidos ao consumo, colocando em crise tanto o fetiche da mercadoria, termo emprestado aos marxistas, quanto a espetacularidade com que ela é divulgada, termo emprestado de Debord. Noutras palavras, de uma forma ou de outra, e isso é preciso ser esclarecido, escaparam daquilo que Adorno denominou padronização artificial, de cima para baixo, dos consumidores.

Distinções enfáticas, como entre filmes de classe A e B, ou entre histórias em revistas a preços diversificados, não são tão fundadas na realidade, quanto, antes, servem para classificar e organizar os consumidores a fim de padronizá-los. Para todos, alguma coisa é prevista a fim de que *nenhum possa escapar* (meu grifo); as diferenças vêm cunhadas e difundidas artificialmente. O fato de oferecer ao público uma hierarquia de qualidades em série, serve somente à

quantificação mais completa. Cada um deve-se portar, por assim dizer, espontaneamente, segundo o seu nível determinado a priori por índices estatísticos, e dirigir-se à categoria de produtos de massa que foi preparada para seu tipo. Reduzido a material estatístico, os consumidores são divididos, no mapa geográfico dos escritórios técnicos (que não se diferenciam praticamente mais dos de propaganda), em grupos de renda, em campos vermelhos, verdes e azuis. (Adorno, 1969, p.160).

Uma teoria tão abrangente quanto o materialismo histórico, se considerada como única estratégia para lidar com a cultura, deixa a desejar ao não explicar até que ponto a pré-determinação dos produtos oferecidos ao público constituem os sujeitos sociais nos moldes A, B ou C. Como explicar, a partir de tamanha generalização dos sujeitos, a existência, desde sempre persistente, de setores sociais refratários à ideologia dominante de suas respectivas épocas, por exemplo, o difícil cinema de Tarkovsky, Sokurov e Glauber Rocha; a cadência colossal das oito horas de película de Santantango de Bela Tarr; os ritmos musicais regionais, avessos ao clichê sincopado dos roquinhos de rádio; as modas locais, com roupas voltadas ao conforto e não à imitação do brilho fátuo das estrelas de telenovelas; os intelectuais, avessos aos clichês dos *best-sellers* etc. Se tudo está sob uma pressão intransponível, como quer Adorno, como estes setores citados transpuseram tal pressão e se insubordinaram ao poder constituinte e totalizante da publicidade?

Somente quando se leva em conta a liberdade incondicionada dos sujeitos é possível explicar uma diferenciação radical do comportamento dos indivíduos, mesmo dentro daquilo que os frankfurtianos consideram massa, uma vez que a crítica à ideologia embutida nas imagens dos objetos sempre existiu, _ de Platão, Rousseau, Marx, Marcuse a Sartre, ela sempre existiu. Aceitar que o homem, em seu cotidiano, vive num fluxo constante de decisões meio às cegas, porque não domina integralmente as consequências de suas decisões, não domina totalmente o resultado de sua ação em relação ao projeto pessoal eleito, por exemplo, não sabe se casar torná-lo-á mais ou menos infeliz, aceitar tal ou tal emprego vai melhorar sua vida, não sabe se casa ou foge para Paris, não implica numa desvalorização total do uso do *logos* na compreensão da realidade. Noutras palavras, não implica, como quer Marcuse (2006, p.74), numa refutação ao modo de pensar típico do materialismo histórico, que, segundo ele, oferece uma visão total do projeto coletivo

humano, onde o sujeito, em tese, poderia exercer livremente, e agora sim de forma autônoma, suas escolhas de vida. Ora, Sartre no Existencialismo é um Humanismo (SARTRE, 1978) reconcilia o existencialismo ao materialismo histórico ao reforçar que o homem não tem sua vontade determinada por nada, a não ser por si próprio, ou seja, é responsável por tudo aquilo que fizer. Segundo essa teoria, a liberdade da vontade encontraria seu principal obstáculo na consecução dos projetos eleitos e o obstáculo maior para a realização destes projetos é a reificação humana, onde todos estão historicamente sob as leis do mercado e não sob leis favoráveis às boas condições de vida propriamente humanas. Com isso, reconciliam-se a liberdade da vontade com a vontade de mudança social em prol do fim da reificação humana. Por isso, para dar conta de comportamentos diversos dentro de uma estrutura planificadora, que emprega principalmente imagens para massificar indivíduos díspares, preferimos o acervo teórico existencialista. Esta teoria não exclui o materialismo histórico quando pretende entender a mudança de status do indivíduo nascido ontologicamente livre para a de cidadão moderno, cujos sonhos, que são livres, não se realizam em razão de sua submissão compulsória às leis do mercado. As duas teorias são, na verdade, complementares e não excludentes como pensavam no início os marxistas. E este é o caminho a ser seguido daqui por diante.

No tocante ao momento em que digo algo sobre textos, trato especificamente da prosa, afastando, de antemão, a poesia, onde as palavras cumprem outra função, que não cabe por ora discutir, pois não se trata de realizar com este trabalho uma poética. O que nos interessa no conceito de texto é o caráter instrumental das palavras, seu caráter eminentemente semântico, ou seja, o que nos interessa é aquela combinação gráfica significativa que nos remete sempre para fora dela mesma, com a função precípua de designar objetos além delas próprias, como bem sustenta Sartre: “A arte da prosa se exerce sobre o discurso, sua matéria é naturalmente *significante* (meu grifo): vale dizer, as palavras não são, de início, objetos, mas designações de objetos. Não se trata de saber se elas agradam ou desagradam por si próprias (*como nos poemas*), mas sim se indicam corretamente determinada coisa do mundo ou determinada noção” (SARTRE, 1993, p.18). Essencialmente a prosa é, pois, utilitária, diferentemente das palavras encontradas nos poemas, que se encontram no limite entre o *ser* das imagens (objeto contemplado) e o *ser* da prosa (combinação gráfica geralmente utilizada para

designar objetos _ coisas ou conceitos, que necessitam da participação intelectual do espectador para a reconstrução, doação ou constituição do sentido).

Grosso modo, já que a justaposição de espectador e objetos é meramente ilustrativa, pois a relação entre o perceptor e o objeto, como será visto mais adiante, mostra de fato ser muito mais um fluxo constante de informação de um a outro, em via de mão dupla, à semelhança das reações químicas reversíveis, as duas relações delimitadas que interessam à investigação são, portanto, estas: perceptor-imagem e perceptor-texto. Relações separadas desde já, num esforço de compreensão, porque revelam diferenças em suas dinâmicas quanto à subjetivação do objeto apreendido ou, mesmo, quanto à introjeção da informação contida nos dois suportes aludidos, isto é, na entrada do representante do objeto espaço-temporal para o campo da memória do perceptor, já como objeto sem dimensão, ou seja, como imagem mental ou conceito. Apesar de ambas as relações serem similares na gênese, similares no ato apreensivo, uma vez que consideramos a percepção, ou melhor, toda percepção, já assumindo uma posição teórica próxima de Husserl, um movimento direcionado da consciência para seu objeto; e toda consciência uma atividade ancorada no corpo e constituída por atos, tais como percepção, imaginação, volição etc. Noutros termos, tanto o texto quanto a imagem diferem um do outro no modo como passam de suas existências objetivas, circunscritos por espaço e tempo, portanto desconhecidos e pousados no exterior, para nosso mundo subjetivo, entrando, por falta de termo melhor, para o campo da memória particular. Mais adiante explicaremos como se dá a memória, sua importância no ato mesmo de perceber e sua relação temporal. Em suma, são essas duas relações que exigem nosso exame pormenorizado.

A importância dessa análise fica tanto mais evidente se o objeto percebido, um ou outro, induzir ou pretender induzir tácita ou expressamente um comportamento humano empiricamente constatável, ou melhor, induzir um comportamento (efeito) atribuível à determinada causa (imagem ou texto percebido em particular). Ponto que nos remete, apenas para fins de exemplo, ao trabalho executado pelas agências de publicidade, embora pudéssemos nos valer de qualquer outra área do saber: cinema, fotojornalismo, literatura, artes plásticas, pedagogia e outras mais que empregam suportes imagéticos para obter

determinado resultado no comportamento. Focamos a publicidade em razão de vivermos na era do vídeo, como bem lembra Durand em *O Imaginário*, pois é ela quem emprega com maior frequência e com maior anseio por resultados práticos, entendam-se resultados práticos como a “manipulação” do comportamento de compra das massas, esses dois instrumentos de comunicação; fato que levou Durand a exagerar na caracterização de nossa época, _ época da ‘explosão’ dos vídeos. Note-se que, praticamente, não há uma só campanha publicitária que não empregue fotografia (estática ou em movimento _ imagem-tempo na acepção de Deleuze) e assinatura, que no jargão da área é denominada slogan: “Coca-Cola dá mais vida; Bradesco sempre à frente; Itaú, o banco feito pra você; Se é Bayer é bom; Põe na Consul” etc. Tudo isso enquanto se mostram cenas de pugilistas correndo para uma agência de banco; um cachorro mordendo a porta de uma geladeira; uma loira de corpo escultural, conquistado com, no mínimo, três horas de ginástica cinco vezes por semana combinadas com uma alimentação frugal, ingerindo um refrigerante hipercalórico etc. Noutras palavras, é na publicidade que imagem e texto são empregados, muitas vezes conjuminados, com a intenção de induzir o comportamento do espectador a comprar determinado produto, a eleger determinado candidato, a não jogar lixo na rua, a não fumar, a fumar etc. Consequentemente, temos aí vasto material que nos dá todos os componentes formais para análise das estruturas psíquicas influenciadas por objetos percebidos, que participam ininterruptamente de nosso cotidiano, a saber: espectador, imagem, texto e conduta induzida; com outra nomenclatura: perceptor, objeto (texto, imagem), persuasão e conduta. Obviamente que os resultados da análise podem muito bem ser estendidos àquelas outras áreas do saber mencionadas atrás: pedagogia, cinema, jornalismo e moda, mas, por economia de tempo, não serão estendidos agora.

Voltemos então às agências de publicidade. Ora, elas assim o fazem, isto é, combinam imagem, texto e desejo de influenciar o espectador, sem se dar conta com precisão da consequência das mensagens despejadas sobre o público, operando diletantemente, muito mais por instinto e verificação *a posteriori* de um resultado recortado da realidade total, já que para o fluxo de capital só importa a venda imediata do produto do anunciante, do que regidos por uma estratégia lúcida propriamente dita (ignorando também, o que é mais grave, toda a gama de efeitos

decorrentes da assombrosa profusão de imagens indiscriminadamente despejadas sobre os espectadores). Não só ignoram a diferença persuasiva entre ambos, texto e imagem, como ignoram os possíveis efeitos dessa avalanche imagética que nos assola. Por isso o presente estudo pretende, num passo inicial, esclarecer essa dinâmica e quem sabe assim fomentar o senso crítico de ambos os lados, tanto do espectador quanto do produtor de imagens, cujos interesses obviamente, em algum momento ao menos, se misturam. Por exemplo, o publicitário que emprega atletas que necessariamente mantêm uma alimentação hipocalórica ingerindo um refrigerante que daria para alimentar um operário braçal por uma jornada inteira, também incorpora a seu imaginário este simulacro de realidade, já que, como mostraremos mais à frente, o poder de convencimento da imagem reside na sutileza como é incorporada ao que nós somos, isto é, na sutileza com que é incorporada ao nosso campo mnemônico e ele mesmo se vê em luta contra a balança sem saber que parte da culpa é dele próprio, que também se soma ao crescente número de pessoas obesas, incentivadas por uma maré constante de imagens contraditórias.

Outro exemplo evidente nos dias atuais é a idolatria da velocidade que salta aos olhos das peças publicitárias para automóveis. Nestas peças, desvia-se a libido natural para fetichizar o carro, isto é, humanizá-lo para que se torne desejável graças a seus atributos atléticos: força, velocidade, linhas de contorno, graça, desempenho etc. Ora, em qualquer metrópole do planeta é preciso ser muito leviano para insinuar ao consumidor uma velocidade superior a 40 km/h, mas nas peças publicitárias ressalta-se justamente a potência do motor e sua velocidade extraordinária. Os últimos dados da OMS, que são de 2007, computam mais de um milhão e duzentas mil mortes por ano (sem mencionar os casos de invalidez total ou parcial) em razão de acidentes automobilísticos, ligados principalmente à velocidade do condutor. Curiosamente, as vítimas em geral são justamente do mesmo perfil que os publicitários e seus familiares, desvelando um quadro bem próximo da esquizofrenia, ou seja, só para ilustrar esse desastre, temos Narciso arremessando um bumerangue para caçar a própria cabeça.

Sendo mais realista, mesmo não cumprindo o feito, ao menos que se lancem luzes sobre o processo de subjetivação dos objetos apreendidos por todos nós, ou seja, este trabalho pretende expor e descrever a dinâmica das estruturas psíquicas

que permitem o efeito persuasivo dos objetos empregados na comunicação, em especial, nos objetos empregados na comunicação destinada ao grande público: televisão, *outdoor*, revistas e jornais.

MÉTODO

Por acreditar que todo pesquisador deve antecipar-se às discussões sobre o resultado de seu trabalho, o melhor a ser feito antes de atacar um problema é esclarecer o método empregado para esse fim e estabelecer qual o alcance e a necessidade de mais um discurso sobre a relação entre o homem e seu meio, cujo problema central, a percepção de imagens e textos, é subtítulo daquele que é mais vasto. A obrigatoriedade de tal esclarecimento preambular, caso se opte posteriormente por uma ontologia fenomenológica para explicar nossa relação com as imagens, é óbvia em razão do sucessivo desfile histórico de sistemas dogmáticos que se põem em desacordo uns com os outros. O que realmente importa, neste caso, é que ao longo da história do pensamento não há consenso em torno daquilo que podemos reunir sob a égide da possibilidade mesma do conhecimento. Por isso é importante situar o presente estudo dentro das condições do saber para, só depois, com mais propriedade, empregar conceitos como percepção, imagem, imaginário, consciência, ideia, teoria, memória, tempo, fenômeno e concepção. Desta forma evitamos, de partida, o infrutífero conflito entre estruturas teóricas heterogêneas, já que, neste caso, a diafonia é garantida logo de início. Por exemplo, não adianta um materialista histórico exigir do arqueólogo um posicionamento sobre o fim da História, as duas estruturas não permitem esse tipo de comparação. Em caso de insistência, a diafonia é certa.

Desta forma, somos obrigados a rememorar a origem histórica da noção de certeza que dominou e domina o modo ocidental de chegar à verdade, qual seja, por meio da argumentação ou razão. Parmênides de Eléia (533 A.. C.), ao redigir seu famoso poema *Sobre a Natureza*¹, proclama-se basicamente desta forma: o

¹ A obra citada se divide em duas partes, a primeira ficou conhecida como a Via da Verdade (*alethéia* _ termo originário da mitologia grega, que se traduz por **o não-esquecimento daquilo que**

Escolhido, conduzido pelas filhas do Sol à sua Musa, que, com a permissão da Justiça, pretende revelar a Verdade. Eis, portanto, a evidência mais remota e marcante da separação radical entre o saber considerado “verdadeiro”, de inspiração transcendental, mística, da opinião do vulgo (*doxas brotéias*), que seriam reconhecidos, segundo Parmênides, como meros mortais esquecidos pelos deuses a ponto não se alçarem à sabedoria. Isso pode ser conferido diretamente no extrato registrado por Simplício:

**Necessário é o dizer e pensar que o ente é; pois é ser,
e nada não é; isto eu te mando considerar.**

**Pois primeiro desta via de inquérito eu te afasto,
mas, depois daquela outra, em que mortais que nada
sabem erram duplas cabeças, pois o imediato em seus
peitos dirige errante pensamento; e são levados
como surdos e cegos, perplexas, indecisas massas,
para os quais ser e não ser é reputado o mesmo
e não o mesmo, e de tudo é reversível o caminho(...)**

(PRÉ-SOCRÁTICOS, 1978, p.142)²

Por estranho que nos pareça atualmente, é um poema, ou melhor, o poema parmenidiano o fundador das bases para o pensamento dogmático, que dominará na sequência todo o Ocidente, principalmente através da influência posterior de Platão e Aristóteles. Os dois princípios lógicos fundamentais para uma argumentação considerada assimilável dentro deste novo padrão, com o intuito de manter-se bem longe do vulgo “ignorante”, assim eram tratados aqueles que não se submetiam ao novo discurso, foram configurados desta maneira: a) princípio de identidade: *o ser é o ser*; b) princípio da não contradição: *se o ser é, o seu contrário, não-ser, não é*. Princípios posteriormente formalizados na metafísica aristotélica.

No entanto, a desconfiança com relação à verdade discursiva de inspiração divina, que asseguraria a veracidade do discurso por meio de uma lógica irrefutável,

foi contemplado no invisível¹) e a segunda como a Via da Opinião (*dóxa, o mesmo que opinião compartilhada nas discussões públicas*) (CHAUI, 1994, p.88)

² SIMPLÍCIO, *Física*. In: Pré-Socráticos, col. Os Pensadores. Abril Cultural, 1978, p.142.

sempre correu em paralelo. A expressão de desconfiança mais remota, registrada no Teeteto de Platão, que a ilustra muito bem, tem autoria de Protágoras, pensador posterior a Parmênides (485 a 415 a. C.):

Insisto em que a verdade é tal como a escrevi, a saber: cada um de nós é a medida do que é e do que não é, e que um dado indivíduo difere de outro ao infinito, precisamente nisto de serem e de aparecerem de certa forma as coisas para determinada pessoa, e de forma diferente para outra. (PLATÃO, Teeteto 166d).

Tal suspeita contra o discurso unificado e em favor da multiplicidade de opiniões mereceu dos dogmáticos mais conhecidos a reação que ainda hoje se constata. Por exemplo, embora não seja idêntica ao ceticismo, a sofística, que leva em conta a máxima de Górgias, na mesma direção daquela registrada por Protágoras _ “o Logos é um grande senhor”, ou seja, *com o raciocínio prova-se tudo, ele vai aonde mandamos*, até hoje carrega a pecha de discurso demagógico, de opinião insipiente de quem não alcança o ‘panteão dos sábios’ (PORCHAT, 1994).

Ainda dentro da desconfiança com relação à verdade, mas com muito mais força, duas grandes correntes de pensamento surgiram para demolir tamanha pretensão dogmática: os ceticismos acadêmico e pirrônico. Com estas duas linhas a desconfiança relativa ao mito da verdade única e definitiva recebe seu caráter sistemático, nos mesmos moldes dos discursos que afirmavam tê-la alcançado, respeitando aqueles dois princípios lógicos mencionados. Os Acadêmicos, alcunha dos frequentadores da Academia de Platão, no terceiro século A.C., representados principalmente por Arcesilau (315 – 241 A.C.) e Carnéades (213 – 129 A.C), criaram um modo de investigação que partia da tábula rasa socrática _ “só sei que nada sei”³. Essa tábula era usada como abertura para a dialética maiêutica, que a princípio possibilitava ao interlocutor descobrir por si a definição final a unificar a miríade de opiniões divulgadas pelo povo dito “ignorante”, por exemplo, a conhecida discussão sobre a possibilidade de ensinar a virtude. Acontece, porém, que ao implantar o método dialético, quando não subestimavam o interlocutor, tal como usualmente fazia Platão, os acadêmicos, surpreendentemente, desembocavam em

³ C.f POPKIN, R. *História do Ceticismo de Erasmo a Spinoza*, 2000.

aporia, ou seja, desembocavam em incômodos becos lógicos sem saída e com isso descobriram muito mais um método de investigação aporético do que dogmático, um método em que as dúvidas superavam as certezas e em que a contradição era inevitável. Por conseguinte, colocando-o em funcionamento, fizeram desse método um antídoto contra a pretensão dogmática, principalmente dos estoicos. No entanto, ainda sob o efeito da tradição, não encontraram uma saída cética para a ferramenta recém-criada, que a cada experiência se renovava com sucesso e _ esta é sem dúvida sua falha capital _ sucumbiram ao rival quando também afirmaram como verdade a inapreensibilidade dela mesma. Ora, criaram por refluxo uma aporia a si próprios: *afirmo como verdade a inapreensibilidade da verdade*, o que é um absurdo no âmbito do próprio discurso.

O ataque contra os dogmáticos ganha mesmo vulto e peso somente quando Sexto Empírico contorna a aporia supra ao redigir, dando continuidade à obra de Enesidemo (100 _ 40 A.C.), o sumário do ceticismo pirrônico, já no terceiro século D.C. Encontra-se nas Hipotiposes Pirrônicas⁴ o que mais nos interessa: os tropos ou modos para a suspensão do julgamento sobre todas as questões, uma vez que no pirronismo abandona-se qualquer forma de sentenciamento a fim de evitar a aporia dos Acadêmicos. De forma sucinta, na abertura das Hipotiposes, Sexto nos adianta contra quem se oporá: contra os que afirmavam haver encontrado a verdade e contra os que chegavam a um acordo de que ela é inapreensível. Estes últimos tratados como inscritos naqueles, como se formassem uma corrente negativista também dogmática; e contra principalmente os primeiros, aqueles que “aceitam em certas questões, depois de analisadas cientificamente, coisas não manifestas (*ádela*)” (HP I, 13), ou seja, os dogmáticos puros.

Aqui podemos aduzir, apenas para deixar mais clara nossa ontologia fenomenológica posterior, duas das mais caras noções ao ceticismo, a saber, os antônimos: *fenômeno* (o mesmo que manifesto) e *teoria*. Para Sexto, fenômeno é tudo aquilo que nos é apresentado, aquilo que nos chega através dos sentidos, termo que se antagoniza com *teoria*. Esta é definida por negação a manifesto, como nos mostra a seguinte passagem: “aqui entendemos por fenômenos o sensível; e definimos o teórico por oposição a estes” (HP I, 9). É preciso, pois, ressaltar a

⁴ Mantivemos o termo Hipotipose dada sua especificidade, mas muitos o traduzem por esboço, resumo, corolário, suma ou sumário.

abrangência dada por Sexto ao termo teoria, já que ele pode ser interpretado como sendo tudo aquilo que se diz ou se pensa do sensível, esse dizer é o *lógos*. O cético pirrônico, que fique claro, não nega a doçura do mel tal como lhe aparece, mas duvida de alguém que assente ser ele doce por essência. Asserção esta que se liga ao fenômeno e o ultrapassa, pretendendo ligar-se a ele de modo unívoco, verdadeiro. Entendemos, portanto, que para ser antidogmático é preciso adquirir esta habilidade de implantar dúvidas, de pôr em questão, metodicamente, tudo aquilo que ultrapassa os fenômenos, aquilo que ultrapassa a sensação de doçura do mel. Como na definição dada a seguir: “o ceticismo é uma habilidade que opõe as coisas que aparecem e que são pensadas de todos os modos possíveis, com o resultado de que devido à *equipolência* nesta oposição tanto no que diz respeito aos objetos quanto às explicações, somos levados inicialmente à suspensão do julgamento (*epokhé*) e depois à tranquilidade (*ataraxia*)” (HP I, 8). Neste sentido, sumário modo, o cético é quem adquire a capacidade de plantar dúvidas em tudo aquilo dito ou pensado tanto pelo homem comum, quanto pelos filósofos sistemáticos, ao tentarem cristalizar uma verdade qualquer a respeito da realidade fenomênica.

A grande força metódica antidogmática reside justamente nisto: na filtragem dos sistemas pelos *tropos* ou modos que levam à suspensão do julgamento. O pirronismo, mesmo sem dogmatizar, é, a seu modo, ‘sistemático’ _ “mas se alguém afirma que sistema é uma orientação que obedece a certo tipo de raciocínio conforme ao manifesto, e pressupondo que esse raciocínio nos ensina como é possível imaginar corretamente a vida _ tomando corretamente não só em relação à virtude, mas num sentido mais amplo _ que orienta e dá capacidade para suspender o julgamento: então sim decidimos que temos um sistema”. (HP I, 17).

Com efeito, questionar é o motor de toda investigação, pois não se investiga aquilo que se tem por verdadeiro, como o crente religioso; o cético, a princípio, também incomodado com as irregularidades do mundo, faz parte do grupo que se põe a tentar saber o que é verdadeiro e o que é falso sobre o real. Desta maneira, mais por causa da honestidade intelectual do que por um descrédito *apriorístico*, descobre casualmente a equivalência em termos de força e credibilidade das múltiplas asserções em disputa (*isostenia*). Ele agora simplesmente não vê razões

mais fortes para assentir a tal ou qual proposição e evita, por conseguinte, fazê-lo. Esta manobra é o que se denomina *epokhé* ou suspensão do juízo, que se torna nada menos do que o princípio originário do próprio ceticismo. Daí muitos afirmarem que ele é uma filosofia da suspensão do juízo, embora este não seja o escopo essencial. Diferente disso, a *epokhé* é uma descoberta posterior ao desejo de investigação e às atribulações com a inconstância do real, indicada pelos reiterados conflitos de opinião nas arenas de debate. Por essa via torta, a purgação da atribulação com a irregularidade das coisas (*anomalía*) tornou-se o fundamento mesmo do ceticismo.

Isto posto podemos, enfim, posicionar nosso método em relação ao ceticismo: concordamos com a força inegável dos cinco tropos de Agripa⁵, principalmente com aquele mais evidente, sobre o desacordo sem fim entre aqueles que buscam o saber (HP I, 15). Entendemos a história do pensamento, seja filosófico, seja científico, seja no universo das opiniões pessoais nada mais nada menos do que a história da *diaphonia*. Desacordos reiterados que, quando expressos, muitas vezes superam o compromisso irrevogável do sábio com a virtude e descambam para vergonhosos conflitos pessoais, corrompendo de vez o uso da razão na elaboração de estratégias para lidar com o real. Corrupção do argumento tão deplorável que chega ao ponto de todo ele muitas vezes ser tramado com juízos *ad hominem*. Ainda que a lide entre linhas de saberes diversos, confessadamente, não leve em conta o ceticismo, a histórica delas é a história de dogmatismos em choque, o que também configura a *diaphonia*, já prevista por Sexto. Todavia não concordamos com a obrigatoriedade da suspensão do julgamento.

Mesmo avalizando a eficácia do método pirrônico, discordamos daquela imputação apregoada como desdobramento compulsório, que exige, ante o desacordo sempre renovado dos discursos, para pôr fim às atribulações do espírito, suspender o julgamento. O método nos parece realmente insuperável, tanto que se tornou o fundamento mesmo do pensamento moderno, a própria História se encarrega de ilustrar. Desde que Nicolau de Cusa no século XV empregou a estratégia cética para minar o fundamento racional do conhecimento religioso, passando pela dúvida hiperbólica na Primeira Meditação cartesiana e seguindo

⁵ Agripa foi supostamente discípulo de Enesidemo, anterior à Sexto, mas, ao longo da História, sem referência direta.

adiante por Montaigne, Berkeley, Hume, Kierkegaard etc., foi a força do método pirrônico que se sobressaiu sobre os demais pensamentos, em razão de ter sido empregado como estratégia de varredura do argumento alheio.

Por isso colhemos da própria história do pensamento o exemplo de sua vitalidade. Todavia, discordamos daquela obrigatoriedade lógica de suspensão do julgamento e esta é nossa pedra de toque metodológica. O cético pirrônico, ao suspender o juízo, também se rende ao dogmatismo primordial. A estrutura de raciocínio, grosso modo, segue assim: a) há uma verdade, b) investigo para encontrá-la (*sképsis*), c) dada a equipolência ou diafonia, não a encontro, d) logo suspendo o juízo. Noutras palavras, a suspensão do julgamento dos cétricos clássicos, por princípio, também presta contas à interpretação daquele dogmatismo germinal de Parmênides (o ser é, o não-ser não é), ou seja, tacitamente afirma, de antemão, que há uma verdade a ser encontrada.

Ora, nosso método propõe uma radicalização do ceticismo que potencializaria o distanciamento de todo dogmatismo ao defender que ele seria muito mais contundente e radicalmente libertário se, sem suspender o juízo e sem admitir, de saída, que haja uma verdade a ser encontrada, fizesse este outro percurso: a) busco uma representação dos fenômenos que me satisfaça no instante (*sképsis*), b) registro essa busca num formato linguístico diferente da opinião das pessoas comuns (*logos*), eis tudo. Fazendo isso, o resultado da busca com a intenção de criar apenas uma representação pessoal e satisfatória do mundo, sem partir do dogma de que há uma verdade a ser encontrada, liberta-se de uma obrigação lançada de fora pelo primeiro dos dogmáticos. Aceitando na prática que o *lógos* produz apenas uma representação particular do real, livre de todo misticismo germinal, porque, quando aceita dar uma resposta única sobre os fenômenos, não passa pelos tropos cétricos, desmistifica-se por fim aquele registro linguístico que, ao se afastar da opinião do vulgo, cria apenas uma dentre as infinitas representações possíveis do real, daí as várias correntes discordantes dentro das várias áreas do saber. Extraíndo a obrigatoriedade de o discurso ligar-se de forma unívoca aos fenômenos, isto é, tirando o peso extra que, de início, lhe cobriram os ombros, também não preciso mais suspender o julgamento diante de uma frustração que não existe, pois o discurso não precisa mais cumprir aquilo que nunca prometera. A

diafonia, assim, não exigirá mais a *epokhé*, que não passa de uma obrigação de se calar quando a linguagem não cumpre o que não prometeu, ou seja, dizer o *ser* de forma única como queria Parmênides.

A diafonia, de fato, nada mais explicita do que a singularidade radical dos indivíduos circunscritos numa condição contingente, que representam o mundo cada qual a sua maneira, cada qual de sua perspectiva, cada qual com sua idealização particular do fenômeno, cada qual com seu discurso ligado à sua idealização particular do fenômeno, na tentativa de empregar a linguagem como representante fiel e universal de uma apreensão fenomenal que é única no tempo e espaço, ou seja, inefável e singular. Tal como desconfiava Husserl antes de mitificar a essência do existente:

Basta por ora a indicação de que mesmo a forma espacial de uma coisa física só pode ser dada, por princípio, em meros perfis unilaterais; de que toda qualidade física nos enreda nas infinidades da experiência, mesmo fazendo abstração dessa inadequação, que se mantém constante apesar de todo o ganho e qualquer que seja o avanço que se faça em intuições contínuas; e de que toda multiplicidade empírica, por mais abrangente que seja, ainda deixa em aberto determinações mais precisas e novas das coisas, e assim *in infinitum*. (HUSSERL, 2006, p.36).

Desta forma, Parmênides é quem precisa justificar seu dogmatismo, não mais o usuário da língua, pois a língua em curso nunca se propôs a ligar-se de forma unívoca aos fenômenos, que, como visto, se apresentam de forma única no tempo, quem a onerou com este peso foram os dogmáticos, eles sim precisam se justificar. O homem comum, por exemplo, ante a pluralidade dos pontos de vista sobre o mundo, sempre se acomodou com mais prudência do que os sábios. Estes últimos se embrenharam em ferrenhas disputas vãs, não raro descambando a ódios históricos. O homem comum aceita de forma natural o caráter convencional da linguagem, aceita de forma muito mais pacífica o caráter equívoco dos nomes e expressões de seu idioma, ligados convencionalmente aos entes. Desse modo, todo mal entendido pode, conforme o interesse, ser dirimido ao longo da vida por sucessivos microacordos, por sucessivas concessões, firmando usos, costumes e até leis e não verdades, causa de conflitos sem fim.

Uma vez que isso fique claro, daqui por diante, o intelectual pode assumir seu discurso especulativo na primeira pessoa, já que fora desonerado de uma obrigação que o dogmático lançou sobre este ao nascer: *só pode haver um e somente um discurso sobre o real, o mundo do conhecimento é uma arena em que apenas um sai vivo*. O registro de minha busca não é nem pode ser o discurso único e definitivo sobre o real, porque se isto fosse exigido, não passaria pelos tropos de Agripa. Por isso mesmo o investigador, caso suspendesse o juízo ante tal força conflitante, também cederia ao dogmatismo germinal, calando-se ante uma promessa impossível de ser cumprida.

Resumindo nosso método, aceito a força do pirronismo, mas continuo investigando o real, não mais para produzir a verdade, nem para suspender o juízo, apenas para representar o real a mim próprio, ou seja, fazer livre uso da língua, ferramenta eminentemente significativa, para lidar com a ausência e a presença dos objetos no mundo. Se o conceito de livro não esgota todas as dúvidas sobre o objeto designado, isso não me incomoda, já que trabalho num nível satisfatório relativo ao trânsito de informação, ou seja, trabalho com um conceito que me satisfaça naquele instante ao me relacionar com o objeto, eis tudo. O investigador de agora em diante se vê livre do grande ônus histórico que arremessaram sobre os ombros da linguagem, o fardo de ter de produzir um discurso único e definitivo; chegando ao extremo com Wittgenstein, que, de tão submetido ao dogma germinal da verdade, apregooou o silêncio para tudo o que não estivesse lógico e formalmente encadeado, como se a lógica fosse uma espécie de deus criador da língua humana e não mero instrumento dentre vários outros para enformar um discurso sobre os fenômenos.

De agora em diante, toda discussão entre interlocutores de boa fé, é claro, só pode ser uma tentativa de promover acordos, não mais uma disputa sem fim para saber quem é o último dos gladiadores na arena do conhecimento. Os desdobramentos desse *neoceticismo*, a radicalização da liberdade e da responsabilidade humanas, não se esgotam aqui, todo esse trajeto serviu apenas como propedêutica a nossa análise da relação entre perceptor-texto e perceptor-imagem, ou seja, serviu como entrada a uma espécie de fenomenologia não dogmática sobre a relação do homem com seus arredores. É o que segue.

MÉTODO E MUNDO

Nosso método é, portanto, não dogmático, embora seja também sistemático, dada a assunção de uma estrutura lógica interna, onde também se respeitam os princípios da não contradição e da identidade, a fim de distingui-lo da mera opinião: “eu penso” em detrimento do “eu acho...”. Contudo, ele não reivindica nenhum privilégio hierárquico sobre esta última categoria, ou seja, pontificamos que o discurso logicamente organizado é somente diferente daquele espontâneo, mais conhecido por senso comum, mas não é mais nem menos crível do que ele, já que tanto a opinião quanto o discurso encadeado nos parecem equipolentes, tal como ensinado por Sexto Empírico.

Também recusa o ‘otimismo’ dogmático hegeliano, segundo o qual o pensamento evolui no tempo em direção à verdade, noutras palavras, novamente destacamos que um discurso é tão crível quanto outro e suas diferenças não se traduzem por um progresso rumo à verdade. Ao final das contas, o usuário do discurso realiza escolhas teóricas para lidar com o mundo fenomenal, estas escolhas não garantem nem mais nem menos veracidade na ligação entre a teoria e o fenômeno, apenas satisfação pessoal relativa à infinidade de finalidades possíveis eleitas pelo investigador no início de sua pesquisa. Bem nessa direção também caminha Quine⁶, reconhecido empirista não dogmático, quando elege motivos para a mudança de um paradigma diante de uma experiência nova que contraria um sistema prestes a ser readaptado, prestes a ser revisto em função de uma nova avaliação por parte do investigador, compelido por uma experiência que o autor denomina ‘experiência recalcitrante’:

Como empirista, continuo a pensar no esquema conceitual da ciência como uma ferramenta, em última instância, para prever a futura experiência à luz da experiência passada (meu grifo: o anseio pessoal neste caso é a capacidade de previsão). **Os objetos físicos são introduzidos conceitualmente na situação como intermediários *convenientes*** (meu grifo) **_ não pela definição em termos de experiência, mas simplesmente como supostos irreduzíveis, comparáveis, epistemologicamente, aos deuses de Homero; e considero um erro científico**

⁶ Quine, W. Orman; (1908-2000), renomado professor de Harvard, reputado um dos maiores representantes da filosofia analítica no século XX.

acreditar diversamente. Mas na questão do embasamento epistemológico, os objetos físicos e os deuses diferem apenas em grau, não em espécie. Ambos os tipos de entidade integram nossa concepção apenas como supostos culturais. O mito dos objetos físicos é epistemologicamente superior à maior parte dos outros mitos porque provou ser mais eficiente que os demais como expediente para introduzir uma estrutura manipulável no fluxo da experiência. (QUINE, 1985, p.246)

O problema contra Quine é a tentativa que ele faz de estender critérios epistemológicos de verdade para todos os tipos discursivos, critérios estes regidos pelo princípio da previsibilidade, como exposto no extrato acima. Nas áreas que envolvem o comportamento humano é impossível conciliar liberdade e previsibilidade privilegiada, já que somos agentes no mundo e não pacientes do mundo. Caso contrário não se falaria em liberdade, pois um cálculo físico-matemático alcançaria antecipar o comportamento de um indivíduo em observação, o que até então nunca se conseguiu. Por isso tal critério não é extensível nem à filosofia nem às ciências humanas. A ausência de fórmulas capazes de antecipar o comportamento humano firma-se como a pedra de toque do existencialismo sartriano, como se lê na célebre condenação da consciência à liberdade, segundo a qual somos todos um processo constante de tomada de decisões, decisões que são lançadas ao futuro e não determinadas por nada. A etimologia da palavra projeto, derivada do latim *projectu*, ou seja, lançado para adiante, já encerra por si só o assunto. O que determina então a diferença entre o mundo previsível e o mundo contingente, isto é, a diferença entre o mundo humano e o mundo das coisas é que sobre o mundo das coisas, uma vez que se pré-delimita o campo de aplicação do discurso, por exemplo, na Física, a experiência é montada sobre uma hipótese, cujo efeito pode ser previsto pela causa, tal como apregoa Quine. Mesmo que o discurso criado para prever exija ajustes para aumentar sua capacidade de previsão, este só cabe ao mundo das coisas, onde há determinação. Contudo, o comportamento humano, tal como descrito pelo existencialismo, é ontologicamente imprevisível, portanto, livre, muito diferente de uma esfera descendo um plano inclinado, onde o campo da experiência é previamente criado, delimitado e por isso mesmo previsível. Fato que nos impede de aproveitar integralmente, para todas as áreas do saber, a estratégia corretiva de Quine, mantendo o ceticismo como salvaguarda de toda tentativa dogmática.

Nosso método é também fenomenológico porque pretende representar ou descrever o real a partir do que para nós aparece (fenômeno), ou seja, afirmamos que realizamos sínteses intencionais, passando ao plano do *logos*, a partir daquilo que nos aparece em particular. Neste passo, valorizamos muito mais a indução do que a dedução, rejeitando a proposta idealista de que haja por trás do fenômeno um ser verdadeiro que nos dará sua essência. Com isso, desligamo-nos definitivamente, tal como Sartre, do que Nietzsche denominava “a ilusão dos trás-mundos”. O método também é relativo porque o aparecer do real exige a quem aparecer, por conseguinte, a realidade só pode ser dita quando intermediada por alguém em particular, o que confirma mais ainda a proximidade com a fenomenologia sartriana ateia, na qual a existência do ser, sem nenhum tipo de pré-determinação, precede a essência (SARTRE, 1978, p.6).

Nosso diferencial com relação à Sartre é precisamente a recusa de que esta essência, aparentemente oriunda da justaposição de vários perfis colhidos durante a manifestação do existente, seja a representação unívoca do objeto, ou seja, sua essência verdadeira e definitiva, noutros termos, como emprega Husserl ao retomar a notação clássica, seu *eidos*. Para nosso sistema, a essência é apenas, depois do fluxo informacional em mão dupla entre a mente e o objeto percebido, nossa síntese particular, nossa representação pessoal do existente a fim de conseguir lidar com ele quando hipotético ou factualmente ausente, visto que nosso método é antidogmático. Síntese esta que, caso se universalize, só pode ser em razão de sucessivas convenções viabilizadas pelo uso da linguagem, já que o resultado dialético entre consciência e fenômeno mostra-se infável. Noutras palavras, pontuamos que a aparente universalização da síntese operada não se realiza por necessidade, mas por contrato. Muitas vezes essas convenções são históricas, levando-se em conta a carga cultural depositada sobre o objeto e sobre a linguagem que o nomeará, daí afirmar que a ligação entre signo e significado só pode ser contingente, nunca necessária, como a maioria dos dogmáticos alegam.

Em suma, concordamos com o existencialismo sartriano, segundo o qual os infinitos modos de manifestação do ser são suficientes para dizer o que ele é, discordando basicamente quanto à universalidade da síntese realizada neste âmbito particular. Há realmente a possibilidade de dizer o ser a partir de suas

manifestações, mas quando dizemos o que ele é, quando apontamos sua essência, apenas realizamos ou atualizamos um discurso pessoal e possível, realizado graças a um suporte linguístico que historicamente não foi criado para exaurir todas as possibilidades e qualidades do ser, mas para lidar com ele de forma suficiente, não total, ou seja, concordamos com os cétricos, segundo os quais a linguagem não esgota o ser, ela apenas se refere a ele. Por isso é possível, com vontade e domínio da técnica argumentativa, sempre discordar daquilo que foi dito sobre o ser, conduzindo todo debate à diafonia, tal como previra Sexto Empírico. Nos primórdios da linguagem, uma frase tal como _ “cuidado com o fogo!”, em momento algum pretendia esgotar todos os objetos designados por ela, cuidado e fogo. Sua intenção básica era a de que funcionasse apenas, isto é, ligar indivíduos e fenômenos de modo contratualmente funcional e não esgotar os objetos designados, daí essa aparente defasagem semântica que observam os dogmáticos, que exigem da linguagem uma tarefa que ela nunca prometeu, qual seja, esgotar o ser, relacionar-se de forma unívoca com o objeto designado.

CONSCIÊNCIA, CONCEPÇÃO E PERCEPÇÃO

O ponto de apreensão do mundo pelo perceptor pode ser descrito por meio do conceito de consciência. A fenomenologia existencialista a definiu precisamente ao distinguir o *ser*, objeto físico, do *ser homem*. Tomamos de empréstimo os conceitos dos existencialistas porque eles, ao partirem daquilo que nos é mais íntimo, nós mesmos, isto é, nossa consciência, em vez de elucidar o mundo a partir de regras gerais até chegar ao homem, como queria Aristóteles, ao investigar o *ser* enquanto *ser* até chegar ao homem, animal político, nos deram instrumento suficiente para compreender nossa relação, tanto com o mundo exterior, ao fazermos uso dos sentidos, quanto com nossas próprias ideias, quando concebemos ou refletimos. Deste ponto em diante, pedindo licença a Pascal, Jaspers, Malraux, Heidegger, Merleau-Ponty e outros, que contribuíram para a ampliação, tanto em profundidade quanto em extensão, deste corpo teórico. Desta forma, podemos criar uma base segura mais simples para nossa investigação, embora não dogmática.

Mais simples, se comparada com a metafísica que se seguiu depois de montada a base aristotélica. Com esta plataforma podemos começar a distinguir o mundo da matéria do mundo psíquico, uma vez que são as estruturas psíquicas a chave para compreender o efeito dos objetos apreendidos sobre nosso comportamento.

De início, afirmamos que o puro ser, por mais óbvio que pareça a princípio, uma pedra, por exemplo, é aquele que se autoignora, é aquele que não tem consciência de si nem de outros. Diferentemente disso, o homem tem essa propriedade de se colocar em questão, de exprimir juízos a respeito das coisas, de exprimir juízos a respeito de si mesmo e a respeito de sua relação com as coisas, ou seja, o homem é aquele que, segundo os existencialistas, *ex-siste* propriamente dito (com o prefixo *ex* indicando essa capacidade de afastamento das coisas). Afastamento este que o distingue e o habilita a questionar tanto as coisas quanto a si próprio como coisa. Esta propriedade humana de se afastar das coisas e colocá-las em questão, reconhecendo a si mesmo como diferente das coisas que percebe é a consciência. Ela é responsável, não pela existência de todas as coisas, mas das coisas como fenômenos, como aparições, incluindo neste caso ela própria (PERDIGÃO, 1995, p.39), daí o subtítulo da obra central do existencialismo sartriano, “ensaio de fenomenologia ontológica”. Estas aparições antagonizam-se com a realidade *numênica*, com a realidade que supostamente só se ofereceria ao intelecto, não aos sentidos. Em nosso entendimento, realidade é o aparecer das coisas para a consciência, que se apropria do mundo, na maioria das vezes, com o concurso dos sentidos e a consciência é, assim, essa propriedade humana e ativa de constatação e apropriação do mundo, mesmo quando toma posse de uma ideia sem equivalente no mundo físico, sem equivalente no mundo dimensional, por exemplo, a tomada de consciência de ser consciente, que é o ato mesmo de reflexão.

Cabe um exemplo para explicar este último caso que é mais complexo. Formemos em nossa mente a imagem de uma sereia, a imagem dessa sereia constitui-se graças a um movimento de nosso corpo, cujo manancial de dados é a memória, que é capaz de produzir um objeto inextenso em nós mesmos, a imagem mental de uma mulher com corpo de peixe. Dizemos então que imaginamos um ser mítico, uma sereia, sem existência no espaço. Se conseguimos identificar e

reconhecer este objeto é porque dele temos consciência, podemos dizer que ele nos apareceu a partir de nosso movimento corpóreo, a partir de nosso esforço intelectual, que o torna fenômeno, ou seja, que neste instante somos consciência de sereia. Desse modo, no campo espacial, considerado corriqueiramente real, a sereia não tem prerrogativa como existente, mas inegavelmente tem sua realidade específica, isto é, tem sua realidade como ideia, como ente imaginário, pois é um ente da imaginação, sem comprimento, altura ou largura, mas que continua sendo um ente, com existência atípica aos olhos do realista dogmático. A imagem mental da sereia é um ente porque também é alvo da consciência, diz-se alvo neste caso porque já definimos a consciência como consciência de alguma coisa, conforme a concepção husserliana mencionada atrás. Somos consciência de sereia ao mesmo tempo que somos conscientes de não sermos uma sereia, isto é, somos simultaneamente consciência de um objeto fictício e somos aquilo que não é ele.

Em suma, refazendo um pequeno trajeto para que fique claro como empregamos o conceito de consciência a fim de dar o segundo passo em direção ao que realmente importa: à teoria que mais bem se aplica para compreender a relação com o real. Assim feito, podemos ressaltar que o surgimento do mundo exige a quem surgir, ou seja, exige sempre a intermediação da consciência humana, porque sem ela o mundo material, o mundo dimensional se autoignoraria e não haveria questão alguma a ser resolvida, porque a própria questão não existiria. Esta passagem desnuda a realidade como fenômeno. Dito isto, fica claro que o conhecimento humano é, por isso mesmo, basicamente fenomenológico, mesmo quando os objetos surgidos são interiores, como no caso da sereia imaginada, que não deixou de surgir-para-alguém, ou seja, não deixou de ser objeto para uma consciência, de ser o porto onde a consciência se deixa flagrar ancorada.

O aparecer do mundo é, portanto, um movimento de apreensão de fenômenos sempre no presente, onde, grosso modo, se detectam dois fluxos básicos de informação, a saber, não necessariamente nesta ou em qualquer ordem, o fluxo de informação do objeto para a consciência, que são suas qualidades sensoriais: cor, textura, temperatura, altura, largura, comprimento, ou seja, tudo o que permite formatar informações para identificá-lo. Esse primeiro movimento permite a síntese de suas qualidades decifradas ou apreendidas pelo aparato

sensorial humano, e isso, segundo Sartre, é suficiente para excluir do caminho do conhecimento o clássico dualismo exterior-interior, já que “(...) a aparência remete à série total das aparências e não a uma realidade oculta que drenasse para si todo o ser do existente” (SARTRE, 1997, p.15).

O segundo movimento, em termos semióticos, pode ser considerado como partindo da mente para o objeto apreendido, já que ele deposita, ou melhor, indexa informação ao objeto que está fora da mente. Esse fluxo ressalta o caráter evocativo do objeto exterior, ponto ignorado ou contornado por Sartre, mas que para nós é fundamental para entender a diferença persuasiva da imagem, pois o objeto alvo, uma vez iluminado por uma consciência histórica, particular, *pode ser* considerado um objeto cultural, em razão de haver previamente depositadas sobre ele, por convenção e a nós transmitidas e “guardadas” na memória, várias camadas históricas de informação. Retomando, no momento em que, já adultos, percebemos uma cadeira, já somos capazes de associar uma miríade de informações a respeito dela, inclusive seu nome, função, valor, propriedade etc. Estas informações não estão nela, elas fazem parte de nosso aprendizado cultural sobre o mundo que nos cerca e que pessoalmente também formam nosso campo de memória. As informações adquiridas para uso formam, tentando ser mais completo, nossa identidade como sujeitos sociais.

Obviamente, nós não nascemos sabendo o que é uma cadeira, a apreensão do objeto sintetizado como tal não acontece de uma hora para outra. Durante a infância, quando nossa capacidade de conceituação ainda é muito pobre, isto em razão de nossa pouca experiência e conseqüentemente escassa memória, apenas apreendemos um objeto com certas características acessíveis a nosso aparato sensível: objeto duro, escuro, talvez contundente e acompanhado de mais um sem número de objetos ao redor com características semelhantes e misturadas. Nesta fase, que Piaget denominou de assimilação, o cenário onde estamos situados e aonde miramos nosso aparato perceptivo é basicamente caótico. Somente com o decurso do tempo, depois de constantes e renovadas experiências, algumas até dolorosas, amadurecendo nosso aparato cognitivo, armazenando informação e recebendo informações de outros indivíduos de nosso convívio, pais, irmãos, colegas, professores etc. é que o objeto duro e misturado a uma infinidade de outras

informações caóticas vindas desse ambiente ganha sua unidade. O objeto coisa, independentemente dele próprio, adquire, assim, uma utilidade, um formato, um nome específico, uma medida, uma duração e tudo mais. Por isso a massa dura, escura e amorfa, com o passar do tempo, sendo aquele indivíduo normal, ganha a identificação “cadeira”. Diz-se que um corpo perceptor é considerado anormal justamente por subverter o funcionamento na atribuição de significado ao objeto percebido, por exemplo, se o paciente indexa o predicado ameaçador a um objeto corriqueiramente inofensivo, como nas fobias, diz-se que seu comportamento é anormal, dentro de um parâmetro social e não dentro de um parâmetro essencial ou ontológico.

No caso de Sartre, com quem havíamos concordado até então, discordamos agora neste ponto: ele afirma que a informação criada por nós para associar-se ao objeto exterior tem o dever, dever em sentido forte, em sentido necessário, de visar o objeto concreto fora de nossa mente, por exemplo, a imagem de uma cadeira deve obrigatoriamente nadificar-se para visar uma cadeira real, tridimensional, mesmo quando a consciência se apropria de um objeto inexistente. Como na passagem:

Quando percebo uma cadeira, seria absurdo dizer que a cadeira está *em* minha percepção. Minha percepção é, segundo a terminologia que adotamos, uma certa (sic) consciência, e a cadeira é objeto dessa consciência. No momento, fecho os olhos e produzo a imagem da cadeira que acabo de perceber. A cadeira, dando-se imediatamente como imagem, não poderia mais do que antes entrar na minha consciência. Uma imagem da cadeira não é, não pode ser, uma cadeira. Na realidade, quer eu perceba, quer eu imagine a cadeira de palha na qual estou sentado, ela permanece sempre fora de minha consciência. Nos dois casos, ela está ali, no espaço, nesta peça, em frente à escrivaninha. Ora _ isto, antes de tudo, é o que nos ensina a reflexão _ quer eu perceba, quer eu imagine essa cadeira, o objeto de minha percepção e o de minha imagem são idênticos: é a cadeira de palha na qual estou sentado. Simplesmente a consciência se relaciona com essa mesma cadeira de dois modos diferentes. (SARTRE, 1996, p.19)

Para discordar de que a imagem criada em nossa mente tem o dever de visar o objeto real, detenhamo-nos, então, a mais um caso abstrato de difícil compreensão, a saber, a imagem mental de um centauro. Se concordássemos com Sartre, quando imaginamos um centauro ou possuímos um centauro com o uso da mente não realizamos senão a nadificação deste objeto mental em direção ao

significado da ideia gerada por nosso corpo, ou seja, segundo ele a representação mental do centauro nada mais seria do que um caso específico de como a consciência se relaciona ao mesmo tempo com homem e cavalo (signos de objetos reais) e assim por diante. Ora, disso discordamos completamente porque, a nosso ver, a informação que criamos em nós próprios, desde sua gênese, não tem obrigação alguma de nada, não tem obrigação alguma de se relacionar a nada, ela não nasce com função alguma, ela é apenas a consciência de um movimento específico do corpo, movimento corporal que é capaz de gerar informação imaterial para a consciência (a imagem de um centauro, a lembrança de um parente, a retenção da cor de um objeto, etc., isto para ficarmos apenas com exemplos simples). Indo além, a ideia de centauro é gerada por um movimento de nosso corpo tal como um gesto no ar, mas como este gesto é atípico, não está no espaço, como se eu tivesse estirado o indicador em direção a um objeto fazendo do dedo uma seta, ele se torna de difícil compreensão para a fenomenologia porque não se encontra dimensionado, é um movimento puramente intelectual. Ora, Sartre, para não correr o risco de ressuscitar nessa altura da história do pensamento a teoria das ideias inatas, segundo a qual já nascemos com algumas ideias na cabeça ou miniaturas do mundo já prontas em nossa mente (como queriam os teólogos a nos enfiar a ideia de Deus antes mesmo de nosso nascimento), cria um laço necessário entre a ideia e seu respectivo significado fora da mente. No entanto, consciência de ideia pode ser consciência de movimento intelectual de nosso corpo, sem referente externo, como no caso da ideia de centauro, que é uma síntese e não uma justaposição do conceito de homem e do conceito de cavalo, ou ainda, da imagem de um homem e da imagem de um cavalo. Fazendo dessa forma, projetando a consciência sempre para fora, Sartre parece recusar o suporte material sobre o qual se ancora a consciência, que é nosso próprio corpo físico, de onde partem movimentos que não estão propriamente no espaço-tempo, estão, grosso modo, em nosso campo mnemônico, que nada mais é do que nossa habilidade para representar *in totum* experiências passadas. Noutras palavras, são movimentos puramente intelectuais, geradores, por isso mesmo, de ideias, revelando que as regras para o espaço objetivo não encontra equivalente no plano subjetivo, pois este movimento específico do corpo não se encontra no espaço cartesiano tipificado pelos eixos x, y e z, comprimento, altura e largura. Os artistas sabem muito bem

brincar com essa distinção e não raro a empregam para surpreender àqueles que se enraízam na lógica do campo objetivo, tal como Fernando Pessoa faz na voz de Alberto Caeiro:

O Tejo é mais belo que o rio que corre pela minha aldeia,

Mas o Tejo não é mais belo que o rio que corre pela minha aldeia

Porque o Tejo não é o rio que corre pela minha aldeia (...). (PESSOA, 1980, p.150).

Tributário de um cartesianismo radical e com medo de ressuscitar o inatismo, que daria força aos misticismos religiosos de toda ordem, o existencialismo criou para as ideias um ônus relacional que não existe de fato. Tanto tomamos consciência de um gesto que fazemos com as mãos, gesto que se encontra dimensionado nos eixos x, y e z, quanto tomamos consciência de um gesto realizado fora do espaço-tempo, não redutível, portanto, aos eixos posicionais x, y e z, que é a consciência de ideia, sobre a qual está ancorada a consciência quando não está direcionada ao mundo exterior: consciência de minha avó já morta, consciência de Pedro que mora hoje em Paris, consciência de um brinquedo que não existe mais etc. Por isso mesmo a ideia não tem *necessariamente* relação com objetos externos, ela mantém muito mais um laço com o corpo e sua habilidade de representar no presente o passado, representação esta que é pessoal, particular, do que com o exterior. O exemplo empregado por Sartre onde se destaca a proximidade da ideia de cadeira e a cadeira de palha sobre a qual se sentava, de fato, sugere uma ligação necessária entre ambos, mas ela é apenas uma possibilidade e não uma ligação necessária.

É verdade que no exemplo empregado pelo pensador a ideia de cadeira relaciona-se com o objeto cadeira, mas não por uma relação necessária. Ela se relaciona com o objeto por força da vontade de seu criador, que é o sujeito consciente, 'dono' da mente em ação, logo a ideia possui um caráter instrumental, isto é, serve de utensílio do corpo para presentificar um objeto que não está imediatamente presente aos sentidos. Pode-se dizer que no caso da cadeira é proveitoso, isto é, vantajoso que a ideia seja fidedigna ao objeto, mas isso não

implica que necessariamente seja assim. O movimento de apreensão segue mais ou menos deste modo: quando vejo uma cadeira real, a partir de um de seus perfis, retenho as informações captadas por meu aparato sensorial a partir deste mesmo objeto, digo que percebi a cadeira, mas se me viro para apanhar um lápis e, sem olhar para o objeto, acredito e afirmo que ali há uma cadeira, digo que esta segunda imagem foi criada por mim a partir da experiência passada que me colocou em contato com o objeto real. Todavia, esta segunda imagem é uma criação minha para tornar aquele ambiente familiar, ou seja, confirmo que, nesse segundo instante em que não olho para a cadeira, concebi uma imagem para me relacionar com o objeto real. Essa criação pode estar na forma de palavra, conceito, símbolo, cor borrada ou muito mais. Neste caso, apenas selecionei informações do meu campo de memória, informações de que sou capaz de criar a partir deste campo potencial e depus sobre ou atrelei ao objeto espacial, real, visto naquele primeiro instante passado, mas que não está mais presente a meus sentidos, já que estou virado. Percebam que os movimentos intelectuais se dão no mesmo instante, uma vez que não há fratura entre ambos, percepção e concepção. Num só instante, somo, acrescento, atrelo um sem número de novas informações ao objeto imaterial, somo informações à ideia da qual sou consciência, incluindo função, unidade, nome e muitas outras, tais como cadeira branca, que precisa de uma reforma, pouco confiável, de material duro, que já me machucou o dedo, que compõe o ambiente de forma harmoniosa etc. Daí a particularidade dos fenômenos ante os quais vivemos, embora nos valhamos de signos para tentar universalizar nossas experiências pessoais. O vermelho é apenas um vermelho quando objetivado por uma operação analítica, mas, em nossa vida, o vermelho é um vermelho apaixonante, um vermelho triste, um vermelho brilhante, um vermelho lanoso, um vermelho cafona, um vermelho lascivo, para o zagueiro de um time de futebol, por exemplo, o vermelho pode ser a chegada do atacante rival dentro da área; no boxe pode ser o golpe do adversário pelo flanco direito e daí por diante. No plano real, o vermelho nunca está desapegado do objeto que o suporta e este objeto só ganha vida como fenômeno se iluminado por uma consciência particular, abarrotada de informações prévias, abarrotada de habilidades representativas com base nas experiências vividas, já que o indivíduo tem, ao longo da vida, toda sua história desenrolada sobre um cenário que ele não criou, que é seu mundo circundante. Por isso mesmo a realidade fenomênica do objeto

apreendido vê-se atrelada a uma infinidade de informações que lhes são heterogêneas.

Um exemplo comum encontrado na literatura fenomenológica onde isso fica mais evidente, de que a percepção não está sozinha no ato de apreensão do real, é o exemplo do cubo. Quando vejo um cubo pela primeira vez, sequer posso afirmar que seja um cubo, no máximo, caso tenha adquirido ao longo de minha história de vida noções prévias de geometria plana, fato que ressalta o caráter evocativo do objeto apreendido, levanto suspeita sobre sua quadratura. Nesse contato primário, a quadratura é uma suspeição porque seus ângulos visíveis se achatam conforme meu ponto de vista, se o cubo está abaixo, acima ou ao lado do meu foco visual, tornando cada um deles obtuso. Além disso, durante sua percepção, capto no máximo três de suas seis faces ao mesmo tempo, ABC, isso graças à nossa morfologia. Caso pretenda conhecer mesmo o objeto, persisto na apreensão, mudando para isso mesmo a posição do meu olhar e seguindo rumo às faces BCD, retendo no meu campo de memória a primeira impressão que obtive das faces ABC. Quando sigo para a face BCD o perfil ABC não está mais disponível para a percepção, apenas para a imaginação. E este movimento sequencial permite então a composição paulatina da ideia do objeto.

A retenção das características do objeto não é também uma coisa corpórea, algo que fique para sempre em nossa mente, é antes uma afecção no corpo que deixa rastros, não, obviamente, no sentido patológico do termo, mas no sentido de alteração do corpo afetado. Essa afecção permite sua recriação ou representação num instante futuro que se tornará um dia presente, ou seja, a experiência é uma afecção que passou, a memória é a habilidade potencial de, no presente, representar aquela afecção passada. Ponto que nos força a acreditar que a memória é muito mais uma habilidade para recriar o que passou do que, como pensavam os primeiros empiristas, um acúmulo de objetos onde haveria um pequeno homenzinho em nossa cabeça que correria ao almoxarifado para buscar o objeto virtual solicitado. Entretanto, essa composição da ideia de cubo, quando concluo a apreensão total, multiplicando meus pontos de vista no espaço, caminhando em torno do objeto ou, com o concurso do tato, movendo-o com as mãos a ponto de afirmar que ele tem de fato seis faces, é já uma mitificação do objeto. Apesar de

desalentador aos que apostam num imaginário universal, essa síntese ideal do objeto a partir de um perfil tridimensional por vez, nem sempre tem caráter unívoco, porque cada pessoa em particular pode criar seu próprio sistema de representações. A massa informacional que será indexada ao objeto, como vimos, é infinita e particular, majoritariamente dependente das habilidades representativas do sujeito que percebe, isto é, a imagem formada depende da memória particular do espectador. A informação colhida por um aparato sensível de um objeto exterior não implica que a outra informação gerada para representá-la, que parte do espectador para o objeto, seja idêntica, pois se trata de uma particularidade.

Apenas para ilustrar os passos: apreendo o real, o cubo que está diante de mim, mas com um resultado criado por mim em minha cabeça, porque a percepção continua operando no presente e me oferecendo apenas três faces do cubo por vez. Na mente, embora isto seja objetivamente ilógico, o cubo criado por mim, alvo de minha consciência, me oferece seis faces ao mesmo tempo, porque as regras para o plano subjetivo não se equiparam àquelas do plano objetivo, tal como a ilogicidade aparente dos versos de Fernando Pessoa citados logo atrás. A imagem de cubo que criei para mim, quando recriada a partir do meu passado, surge-me *in totum*, com todos os seus elementos de uma só vez, e se no plano objetivo só é possível apreender três faces do cubo por lance de olhar, no plano subjetivo ele se dá por completo, isto é, fora da lógica do plano objetivo. Nesse sentido é que Merleau-Ponty apregoava a cisão entre as lógicas do campo visual e a do plano objetivo, o primeiro é um campo ambíguo à luz da lógica corriqueira (MERLEAU-PONTY, 1999, p.26). Por essa razão a imagem de cubo que tenho em minha mente não mais oferece as três faces por vez tal como na percepção, logo não me ensina mais nada do que eu já não saiba, que não esteja em meu passado na forma de habilidade de representação, ou seja, memória. Sobre o resultado total da apreensão do cubo concorreram, então, tanto o movimento de percepção, que só é capaz de apreender três faces ao mesmo tempo, quanto o movimento de concepção, que sintetiza e compõe a figura com seis faces, portanto fora da lógica objetiva, todas de uma vez, agregando a ela um sem número de novas informações: cubo feio, cubo de brinquedo, cubo que caiu em uma questão de vestibular quando era mais novo etc.

Ora, mas alguém pode refutar este idealismo particularista alegando que se o cubo tem uma essência ela é imutável e universal e o resultado da concepção do objeto deve ser apenas um para todos, já que a concepção é a retenção das qualidades mais gerais do objeto. No entanto, somente graças à linguagem é que a ideia sai do mundo fenomênico, sai do mundo daquilo que nos aparece, do grego *phainomena* (aquilo que se apresenta) étimo que deu origem à palavra fenômeno, como queiram, é que as infinitas concepções nas múltiplas cabeças espalhadas pelo mundo ganham ares de universalidade. Neste caso já não estamos no mundo do sensível, estamos no mundo da teoria, nos termos de Sexto, estamos no campo daquilo que se diz dos fenômenos. Por meio da linguagem, que permite acordos, convenções, regras e conceitos é que se restringe o imaginário para que a ideia do objeto, uma vez representada por meio de sinais, principalmente gráficos, represente o objeto real de modo menos equívoco, reduzindo, não extirpando obviamente, o efeito “Torre de Babel” entre indivíduos singulares. Obviamente que para animais imprevisíveis e complexos como os humanos, que dependem da cooperação uns dos outros para sobreviver, o individualismo extremado é pouco vantajoso, daí o largo uso da linguagem para facilitar a uniformização entre ideias particulares, ainda que não integralmente redutíveis.

Deslocando nosso foco da geometria ao campo estético, a isto é que Manguel se referia como o grande desconforto da humanidade (MANGUEL, 2009, p.90): “E no entanto (sic) sabemos que aquilo que lemos em um quadro varia conforme a pessoa que somos e conforme aquilo que aprendemos _ um fato que confere pouca segurança à crença de que podemos compartilhar uma visão do mundo comum”.

Em nome de uma suposta coesão social, conforme aumente a vontade coletiva de restringir o campo entre as ideias concebidas e os objetos apreendidos, as representações podem ser planificadas e ganhar força deontica e assim amenizar o desconforto que o individualismo extremado inevitavelmente conduziria a todos nós. A fim de tonificar mais e mais a força de controle social, os sinais restritivos ganham poder coercitivo, como no caso do ordenamento jurídico, por exemplo, que se empenha em restringir através da punição uma livre leitura dos sinais de trânsito, impelindo o sujeito a não virar à direita, caso contrário lhe será imputada pena. No plano moral, o mesmo vale para o conceito de cubo, que obriga o sujeito a

representá-lo com seis faces quadradas, caso contrário o aluno é literalmente excluído da instituição. Nesses casos, não se admite a autonomia do espectador para conceber uma ideia aleatória e pessoal para lidar com a realidade, mesmo que isso não dependa inteiramente da vontade do sujeito, no caso em que o corpo desconhece o limite entre as duas lógicas, objetiva e subjetiva, que é o caso dos loucos, retirados forçosamente do ambiente convencional, do ambiente social. Fica claro assim que a força restritiva do preceito, que exige uma representação unívoca do real, não é ontológica, é moral ou mesmo jurídica. No caso do cubo o aluno é obrigado a defini-lo a partir das seis faces do quadrado, isso é parte de uma linguagem, a linguagem matemática, e por isso mesmo convencional. Mais restritiva ainda pode ser a força do preceito, no caso da placa de trânsito, que também tem caráter convencional e não diz respeito ao mundo fenomênico. Noutras palavras, todas estas restrições ao campo conceutivo são convencionais e basicamente compulsórias. No entanto, isso extrapola nosso campo ontológico e não exige uma análise pormenorizada neste trabalho, que optou por abordar a relação do indivíduo com seu ambiente através de uma ontologia fenomenológica.

Para ressaltar o caráter arbitrário das sínteses operadas por nós, de volta, portanto, ao exemplo do cubo, se fizermos essa operação de conhecimento sucessivo por meio dos perfis colhidos na percepção, isso quando criança, passando a chamar o objeto recém-conhecido de “rubro” em vez de cubo, provavelmente seria corrigido por meus pais, nossa primeira fonte de poder social, por isso mesmo causa da maioria de nossas neuroses, e compelido a aceitar o costume de nomeá-lo cubo, aceitando analiticamente todo o conteúdo contido no nome ou conceito do objeto. Entretanto, se sou um artista plástico adulto, que pinte o cubo de vermelho, dependurando-o em um ateliê com uma placa logo abaixo escrito “isto não é um cubo, é um rubro”, provavelmente ganharia os parabéns pela associação inusitada entre as infinitas relações que o objeto potencialmente oferece, extrapolando o campo das obrigações provenientes do costume. Neste caso, o artista faz a cor sobrepujar a forma geométrica do objeto, que habitualmente e não necessariamente lhe concede essência. Nesse exemplo, o cubo foi lembrado apenas para ressaltar o caráter mitificador da ideia que criamos para lidar com a realidade objetiva, da síntese total que realizamos diariamente para os objetos a partir da apreensão direta deles pelo movimento que nomeei com mais

exclusividade percepção. Dessa forma, torna-se mais evidente ainda o caráter convencional do resultado da concepção em relação ao caráter necessário resultante da percepção. E essa diferença é a base da diferença entre o discurso mítico e o discurso científico, entre o fluxo subjetivo e o fluxo objetivo, entre o mundo emocional e o mundo racional.

Um caso curioso entre os pacientes do neurocientista Oliver Sacks também reforça a distinção entre as duas operações do intelecto, é o caso em que o sujeito apreende uma luva, mas sua síntese frustra a tal ponto o costume que ele aparenta estar louco:

O que é isto?, perguntei segurando uma luva.

Posso examinar? ele pediu e, pegando-a, passou a examiná-la como fizera com as formas geométricas.

Uma superfície contínua, declarou por fim, envolta em si mesma. Parece ter _ hesitou _ cinco bolsinhas protuberantes, por assim dizer.

Sim, eu disse com cautela. O senhor me fez uma descrição. Agora me diga o que é.

Algum tipo de recipiente?

Sim, respondi. E o que ele guarda?

Guarda seus conteúdos!, replicou o dr. P., rindo. Há muitas possibilidades. Poderia ser um porta-moedas, por exemplo, para cinco tamanhos de moedas. Poderia...

Interrompi a torrente de ideias amalucadas. Não lhe parece familiar?, Não acha que isso poderia conter, poderia servir em uma parte de seu corpo?

Nenhuma luz de reconhecimento despontou em seu rosto. (SACKS, 2010, p.28).

A partir do extrato, o aparato perceptivo do paciente aparentemente está intacto, mas me parece que sua capacidade de conceber informações sobre o item com base em sua história de vida, história de vida que aceita o costume de designar um utensílio por sua utilidade, por mais óbvio que isto pareça, _ luvas são para calçar as mãos _ está comprometida pelo funcionamento alterado do corpo. Ontologicamente, a forma como ele designou o objeto, com base no contorno da superfície, não é mais nem menos correta do que ressaltar a função do utensílio, mas fazendo assim ele fere as convenções sociais e tem sua capacidade de

relacionamento diminuída, já que não é um artista querendo brincar com as diferenças lógicas entre os mundos subjetivo e objetivo, como no exemplo do cubo rubro e no poema de Alberto Caeiro.

Não é outra a diferença entre as representações no estado adormecido e no estado de vigília. Durante o sono, o aparato perceptivo tem suas funções reduzidas ao mínimo e quem toma conta de nossas representações é o movimento conceptivo, pois a mente não cessa de funcionar. A lógica ou modo de encadeamento da concepção não se iguala à lógica do mundo objetivo. Diferentemente de como Freud defendia (1976, p.127), de que nossas representações esquecidas jaziam ao fundo da mente de forma fragmentada, é preciso pontificar que elas só aparentam estar fragmentadas à luz da lógica objetiva, que não é a única lógica a encadear nossas representações particulares.

Durante o sono, as representações que nosso corpo realiza, carente de repouso, seguem o fluxo das sensações sucessivas e não a ordem física do mundo tridimensional, daí sua 'aparência' fragmentada. Por exemplo, o sujeito adormece e sonha com uma ilha paradisíaca, símbolo de seu aconchego, no entanto, como se deitara numa posição inconveniente para a acomodação das vértebras, a imagem da ilha desaparece para surgir um rosto de mulher. Isso nada mais é do que a sucessão das sensações que ocorrem no corpo adormecido. As imagens de conforto cedem lugar às que representam incômodo. Com uma arqueologia do imaginário, é possível identificar o significado daquele rosto para o indivíduo, que pode ser o rosto de sua professora primária, responsável por suas primeiras sensações vexatórias. Ela pode trajar um vestido branco, para lembrar a enfermeira que lhe aplicou a primeira vacina na infância, ela pode surgir com os cabelos tingidos de rosa, que é a cor interdita às crianças do sexo masculino etc. Ora, tudo isso até o sujeito voltar à posição cômoda para a coluna e voltar a sonhar com representações de aconchego, por exemplo, com um colchão de ar em meio às águas calmas do Caribe. Porém, o fluxo emocional conceptivo pode ser bruscamente interrompido, por exemplo, no caso de o mesmo personagem sentir vontade de urinar. Neste caso, sua capacidade de concepção aterrissa e novamente divide espaço com a percepção, e ele passa a sonhar com um banheiro perfeito, com um vaso perfeitamente limpo em meio ao deserto. Vejam que, na cena descrita,

a partir da sensação concreta de incômodo, a lógica outrora aleatória aproxima-se mais da lógica objetiva por força de uma necessidade fisiológica. Deste ponto em diante, há grande possibilidade de haver o choque entre os hábitos de higiene do sujeito, sedimentados ao longo da vida e acumulados na memória, com as sensações presentes oriundas da necessidade fisiológica e, logo em seguida, no mesmo sonho, lhe surge um cão medonho, invade o banheiro perfeito em meio ao deserto para lhe morder o calcanhar. Isso nada mais é do que o choque entre o aparato perceptivo, que sente a bexiga cheia, e o hábito de higiene, sedimentado no campo de memória, que lhe fornece os meios para conceber informação. Por isso o corpo do sujeito reage e ele é inundado de adrenalina para voltar ao estado de vigília, pois é preciso esvaziar a bexiga de fato e não no campo das representações, como no banheiro em meio ao deserto. O sujeito acorda e tem que dirigir seu corpo ao banheiro real.

Com isso em mente, é possível explicar um exemplo muito comum encontrado nos estudos fenomenológicos e que bem vale nossa atenção. Recordemos o uso de segmentos de reta, artifício criado por Müller-Lyer (fig.1), para causar a ilusão de ótica relativa a seus comprimentos.

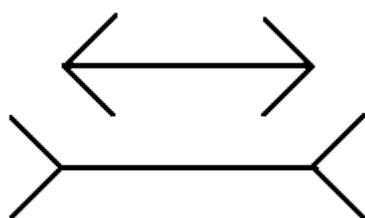


Figura 1

Não há dúvida a quem olha a figura de que um segmento é maior do que o outro, no entanto, se os medirmos com régua, deduzimos que ambos têm a mesma medida. Merleau-Ponty (1999, pp.27-33) explica a ilusão alegando que os segmentos de reta percebidos não estão no campo da objetividade, onde a régua os mediu, mas no da subjetividade, no que ele denominou 'campo visual'. Campo visual seria um 'algo' sobre o qual a consciência aporta, por conseguinte, distante da

noção de campo visual usualmente empregada na óptica. Segundo o pensador, este campo visual não obedece às regras da objetividade e, portanto, os segmentos supra não são nem maiores nem menores, uma vez que estas relações, maior e menor, inscrevem-se em categorias que só existem no plano da ciência (plano objetivo) e não no da consciência (plano subjetivo). Os segmentos são ambíguos e sequer se encontram na consciência isoladamente, e somente esse isolamento permitiria a comparação entre um e outro. Em razão disso, ele conclui “que o sensível não pode mais ser definido como o efeito imediato de um estímulo exterior” (MERLEAU-PONTY, 1999, p.29), donde se compreende que cada segmento modificado pela adjunção de novos segmentos de reta é percebido já com um sentido e desse modo cada um separadamente se torna outro. E esses ‘outros’ se encontram num ‘lugar’ onde a ambiguidade é perfeitamente aceitável e um segmento é percebido de fato como sendo maior do que o outro, porque depois da adição das novas extremidades não é mais o mesmo para a percepção. Noutras palavras, o segmento simples é um e o segmento acrescido de pontas não é mais o mesmo, é outro, inscrito numa outra figura.

Ora, concordando parcialmente com Ponty, de que a consciência é consciência de algo e este algo não se restringe aos dados provenientes da percepção, discordamos neste ponto: acreditamos que não é a percepção a responsável pelo suposto engano a respeito do tamanho dos segmentos. O sensível permanece definido como efeito de estímulos exteriores, ou seja, nosso aparato sensitivo, parte do nosso corpo, é realmente uma espécie de condutor entre uma estrutura periférica e uma estrutura central, porém, no conteúdo da consciência evocado pelo estímulo externo, isto é, na síntese total oriunda da relação entre mundo apreendido e sujeito, a percepção não está sozinha, essa é a chave para compreender a diferença entre o real e o apreendido. Como havíamos desmembrado em duas partes o conceito de apreensão do real, de fato, o que nós fazemos durante esta apreensão não se limita à mera percepção de objetos com os quais nosso aparato sensorial entra em contato. No exemplo dos segmentos de reta, o que nós fazemos ao longo da apreensão deles é muito mais uma leitura do que uma simples percepção através do olhar, pois este movimento de simples percepção é mais típico nas crianças, que estão em fase de familiarização com o mundo. Nos bebês, que contam com uma memória pouco desenvolvida, a concepção tem menor

relevo, menor participação na formação das ideias e a maioria das informações colhidas realmente vem da percepção, mas no decorrer do tempo a percepção começa a dividir espaço, isto é, interagir com a concepção, que é um movimento interno do corpo capaz de representar o que passou. É o que também ocorre na ilusão criada pelo psicólogo italiano Mario Ponzo em 1913. Nesta ilusão, temos dois segmentos de reta horizontais que são ladeados por duas linhas oblíquas. Apesar de as duas terem exatamente o mesmo comprimento, a linha de cima (B) parece maior do que a linha de baixo (A). Isto ocorre não por conta dos dados da percepção, mas da concepção que criamos para lidar com a figura *in totum*. Nesta última concorrerá uma miríade de informações extras que compõem nossa memória: a noção de distância, de caminho, de profundidade, de construção, de parte, de todo etc. Por isso a fenomenologia acolhe como fonte de conhecimento o fenômeno, ou seja, aquilo que aparece à consciência, e que não se confunde com aquilo que aparece às retinas, que forçaria a aceitar a igualdade de comprimento dos segmentos ilustrados abaixo. No entanto, os segmentos só são iguais em comprimento para um exercício de análise, ou seja, consciência de partes da figura tomadas em separado, o que não acontece corriqueiramente em nosso movimento de apreensão da realidade, isto é, a análise de uma figura é um exercício, um esforço intelectual desdobrado em várias etapas, o que não ocorre em nosso cotidiano.

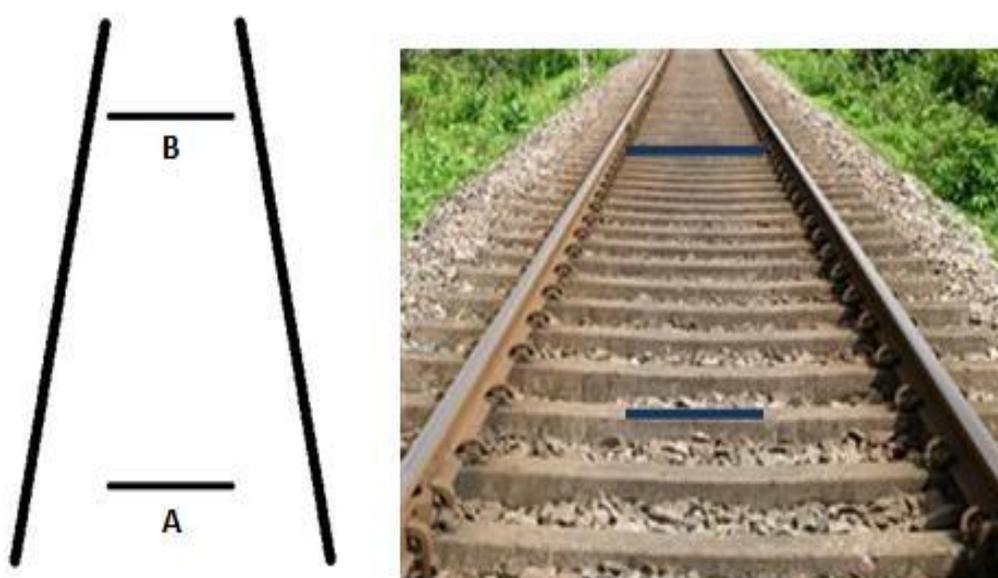


Figura 2

De volta à apreensão, para entender melhor o exemplo dos segmentos, façamos uma comparação com o ato de leitura para enfim saber, em paralelo, como é possível a diferenciação entre ver uma sequência de letras negras sobre uma folha branca e ler estas mesmas letras. Se apenas percebêssemos uma letra qualquer, ela seria para nós uma combinação de curvas negras sobre um fundo branco, bem próximo da maneira como o paciente de Sacks descrevera a luva, isto é, sem sua finalidade, como uma “superfície contínua envolta em si mesma com cinco bolsinhas protuberantes”. No entanto, como já dito, com a sedimentação do campo de memória, a apreensão do real não se reduz ao movimento de percepção, concorre com esta a concepção e deste modo, ao nos depararmos com um objeto qualquer, emprestamos a este mesmo objeto informações que estão em nós, lembrando que a memória não se confunde com um depósito imagético inerte, pois ela é muito mais uma habilidade para representar todas as afecções ocorridas em nosso corpo ao longo da vida. O próprio corpo, por meio de infinitos modos e relações entre imagens, alcança representar nossas experiências. Por isso, durante o ato de leitura, concebemos novas informações para a letra grafada sobre o papel a fim de identificá-la de outra forma: como a primeira vogal de nosso alfabeto, aquela que representa um som de timbre mais aberto, que pode ser escrita de vários modos, modo maior ou modo menor etc. No caso dos segmentos de reta, é verdade que nós os percebemos como retas negras sobre um fundo branco, no entanto, ao mesmo tempo em que os percebemos assim, também os concebemos como caminhos, e os conceitos subjacentes à ideia de caminho já estão em nós, obtidos empiricamente desde a fase da infância, ou ainda, culturalmente impostos por nossas instituições: o conceito de começo, o conceito de fim, a ideia de continuidade, de passagem, de reta, de curva etc. Desta forma, os segmentos já interpretados como caminho ou espaço diferem-se nisto: um tem seu fim antecipado por uma seta; o outro dá a impressão de continuação, aberto que foi por uma bifurcação. Assim, os segmentos de reta, que objetivamente são do mesmo tamanho (informação disponível somente por análise), são apreendidos com tamanhos diferentes, porque são lidos e não apenas percebidos. Um é apreendido como caminho mais curto; outro, como mais longo. Eis a origem da ambiguidade nos casos de ilusão de ótica mencionados.

Por isso desmembramos o ato de apreensão do real, para não ter que operar com a obscura noção de campo visual empregada por Ponty, já que ele apontou

como responsável pelo estranhamento dos segmentos a adição de segmentos suplementares, responsáveis pela transmutação deles. Segundo o pensador, a percepção não opera por partes conforme o gosto da ciência empírica, isto é, nós não isolamos um pedaço do desenho e comparamos com as outras partes, nós simplesmente percebemos as figuras *in totum*, bem como a teoria da *Gestalt* havia sugerido. A relação de um pedaço com o outro só seria possível no plano ideal, que operaria assim uma análise das figuras, um desmembramento que não existe de fato para a percepção. No entanto, o estranhamento relativo ao tamanho dos segmentos não diz respeito à transmutação do objeto, mas da composição total da informação, que, neste caso, conseguiu evocar as ideias de continuidade e descontinuidade no espectador, logo ela acontece no campo subjetivo e não no objetivo e é uma particularidade e não uma universalidade, como se a síntese fosse operada por uma estrutura fisiológica totalizante no ato mesmo da percepção e que aconteceria sempre do mesmo modo como *modus operandi* da percepção. Se apenas o acréscimo de pontas abertas e pontas fechadas, apreendidas num único movimento intelectual, movimento de percepção, fosse suficiente para explicar a ilusão de ótica ilustrada, como queria Ponty, já que provocaria uma transmutação na figura central, não teríamos como nos desvencilhar da paródia criada por uma revista alemã para o efeito de Müller-Lyer. Na paródia, diante da possibilidade de aumentar ou diminuir espaços acrescentando pontas às figuras, reducionismo que somente uma operação analítica é capaz de criar, já que o contexto foi deturpado, vejamos como o desenhista da revista contestou a hipótese:



Figura 3

Nosso aparato perceptivo é o mesmo que leu a figura 1, a imagem é percebida *in totum*, assim como defendia Merleau-Ponty, mas obviamente que a

composição não funcionou, isto é, a imagem não ilude ninguém com relação ao tamanho do objeto central. Isto porque o miolo da figura não evoca, em quem conheça a tese de Müller-Lyer sobre ampliação ou condensação de espaços com a adição de pontas nem a ideia de continuidade, nem a ideia de fim. Tamanha heterogeneidade das informações entre o meio e as extremidades provoca sim o efeito cômico. Explica-se essa confusão proposital levando-se em conta que não há no histórico de vida do espectador, em seu campo de memória, nada que relacione o meio da imagem com suas extremidades e o caráter evocativo do elefante desenhado choca-se com a intenção da teoria de iludir, provocando o efeito hilariante pretendido pelo autor do chiste. Entretanto, mesmo na figura inicial, na figura 1, se o espectador de outra cultura, na qual não haja o hábito de registrar graficamente ideias nem de relacionar, comparar, medir objetos representados por segmentos, o efeito de ilusão não lograria sucesso. A ilusão precisa do contexto que o espectador carrega consigo para poder se concretizar. Já no plano objetivo, se os princípios forem efetivamente aplicados, a ilusão funciona porque o objeto, que é uma imagem real e não um desenho, se impõe ao indivíduo, ou seja, lhe restringe o campo de idealização, e a percepção prepondera sobre a concepção, tal como na figura abaixo.



Figura 4

A cena em que a ilusão de ótica não logra sucesso em razão das diferenças entre o histórico de vida das pessoas se pareceria com a brincadeira que se faz com as diferenças culturais, em que silvícolas veriam na tela “A Última Ceia”⁷ apenas homens nervosos discutindo. Tal interpretação, apesar de soar esdrúxula aos ouvidos ocidentais, não é ontologicamente errada, pois a tela evoca no espectador informações que fazem parte de seu histórico pessoal de vida e se nele não há a informação que atende à expectativa geral ou ao costume do autor, que cria a obra como uma particularidade, apesar de sua intenção universalista, a leitura dos hipotéticos silvícolas não é mais certa nem mais errada do que a nossa. A leitura aparentemente estranha apenas marca uma diferença de costume entre um grupo e outro.

CONCEPÇÃO E COSTUME

Por mais óbvio que pareça, indivíduos com modos de vida semelhantes tem maior probabilidade de realizar uma leitura mais próxima uns dos outros, pois é no histórico de vida, que deixa marcas no sujeito e cria suas habilidades para representar o real com base no passado, é que tiramos informação para abstrair o mundo objetivo, ou seja, passar da percepção pura do objeto para sua síntese, isto é, passar da visão do objeto para a leitura do objeto, tal como acontece no caso dos segmentos de reta registrados no papel. No entanto, poder-se-ia redarguir, se a intenção do autor era retratar o último jantar de Cristo antes de ser morto, a leitura dos silvícolas estaria errada, tratar-se-ia meramente de erro. Ora, o objeto criado pelo autor é um objeto morto para o conhecimento, não tem alma, quem o anima é, numa linguagem da semiótica peirciana, o interpretante. O interpretante é a única parte viva da relação, somente a luz da consciência do espectador anima o objeto que está no mundo de modo contingente, a obra não tem domínio sobre as pessoas que a percebem; do contrário teríamos uma relação de senhor e escravo entre um objeto morto (signo) e seu interpretante (pessoa viva, espectador) o que é absurdo, estaríamos diante de mais um caso de alienação.

⁷ Obra de Leonardo da Vinci de 1497.

Caso surja uma obrigação de que todos leiam a obra de um só modo, não estaríamos mais no âmbito ontológico, mas moral, jurídico ou político. Por exemplo, no caso da matemática ensinada nas escolas, há um pacto compulsório anterior ao indivíduo, que nasce em condições não escolhidas: família, país, idioma etc., de que aquela linguagem é aceitável e, uma vez que ele seja cooptado pela instituição, não há margem para uma leitura pessoal daqueles signos e o resultado das equações tem de ser único, caso contrário o aluno sofre uma punição no âmbito moral. No entanto, longe da escola, nenhuma lógica compele o artista a criar uma camiseta com os dizer: “ $2 + 1 = \text{nada e daí?}$ ”, sentença em que a associação causaria surpresa nos espectadores, mas muito mais por ferir a força do hábito do que uma suposta verdade universal. No caso dos sinais de trânsito, o desejo social na unicidade da leitura dos signos é ainda mais severa, pois o campo conceptivo do espectador está literalmente sob ameaça de pena. Em suma, ontologicamente, regime que adotamos neste trabalho, o espectador, em todos os casos, é que anima o objeto apreendido. O movimento de concepção cede livremente conteúdo ao objeto apreendido, mas esta leitura pode ser deslocada do âmbito ontológico para o âmbito cultural, para o âmbito do poder e o sujeito deve aceitar o conteúdo do autor do objeto significativo para não sofrer punição. Essa relação fora estudada por Michel Foucault, qual seja, a relação entre ‘verdade’ e poder, relação que não será investigada aqui.

O que queríamos ratificar é a força da presença do passado pessoal do espectador como manancial de informação a ser indexada ao objeto apreendido. Sem nosso passado, a cada lance de olhar teríamos que reaprender o mundo, como os pacientes amnésicos de Oliver Sacks, que perderam a familiaridade com o real. A perda de identidade é a perda das habilidades de representação do presente a partir do passado. Conforme a gravidade desta perda tudo ao redor se tornaria estranho como se fôssemos bebês novamente e passaríamos a ver as luvas como “superfícies contínuas envoltas em si mesmas com cinco bolsinhas”. Socialmente, isso causaria tanto um estranhamento leve, quanto um isolamento radical do indivíduo, que é o exemplo dos loucos, que rompem radicalmente a possibilidade de partilhamento da informação evocada pelo objeto apreendido. A leitura que o louco faz dos objetos é tão singular e fere tão radicalmente o costume que ele se isola

completamente dos outros. Entretanto, ontologicamente, a concepção das informações atreladas aos signos é totalmente livre, mas socialmente condicionada.

Costumeiramente, isso também acontece entre faixas etárias distintas, entre diferentes grupos regionais, entre grupos de trabalhadores específicos, neste último caso, por exemplo, a leitura que os pescadores fazem do mar é muito diferente daquela que o homem urbano faz. O pescador vê uma diferença no tamanho das ondas e lê uma passagem de corrente marítima, ele vê uma diferença de cor e lê uma diferença de profundidade, que representa perigo para a embarcação. O médico vê uma cor na pele e lê um estado de saúde e daí por diante. Muitos poderiam confundir o movimento de concepção com o movimento de interpretação. A proximidade existe, mas a diferença, apesar de sutil, é relevante. Vale a pena esclarecê-la, portanto.

Com base na estrutura psíquica que adotamos, a consciência é sempre consciência de alguma coisa. No ato interpretativo de um objeto qualquer, seja texto, seja outro tipo de signo, o espectador tem consciência das relações racionais envolvidas no objeto, ou seja, ele apreende o objeto e reflete sobre o fenômeno apreendido; ele sintetiza o objeto com um sentido e sabe, por reflexão, que sentido deu ao objeto. Por exemplo, apreendo uma caneta hoje. Amanhã eu a vejo e joga fora, isto é, apreendi a caneta como lixo, como objeto a ser jogado fora. Por interpretação digo saber que uma caneta pode ser jogada fora. Na concepção, não há tempo para uma reflexão sobre o objeto, pois ela se dá no mesmo instante da percepção, pois as duas compõem o movimento de apreensão do real. Outro exemplo, um tenista profissional que estuda as imagens de seus adversários. Ele se senta, liga o vídeo dos jogos e, analisando as imagens, percebe na cena captada que o atleta croata, no momento do saque, alinha a ponta do pé com o punho, abaixa cinco graus o ombro esquerdo e saca na direção do pé de apoio. As estruturas psíquicas funcionam assim: assistindo aos vídeos, o tenista percebe a imagem do corpo do adversário antes do saque e reflete sobre esta postura, *interpreta* este corpo e conclui que toda vez em que houver estes indícios: alinhamento do pé com o punho e rebaixamento do ombro, a bola sairá naquela direção indicada pela ponta do pé esquerdo, ou seja, ele interpretou o corpo do adversário e firmou uma crença, com base nesta interpretação, de que a bola no

saque do croata sai na direção do pé. Os movimentos psíquicos são: consciência do corpo do adversário, percepção da imagem e consciência de que se sabe algo sobre o corpo deste adversário, ou seja, reflexão, interpretação. Já na hora do jogo, diante do mesmo croata, agora ao vivo, ele percebe o corpo do adversário e antecipa a trajetória do saque. Nesta cena, não há como dizer que ele interpretou o corpo do croata, porque simplesmente não há tempo para reflexão no momento da partida e o atleta que tentar refletir sobre o corpo do adversário não alcançará nunca a bola, apesar de que alguns atletas ruins tentam realmente fazer isso no meio da partida, o que prejudica o desempenho naturalmente. O movimento psíquico que fará a adivinhação da trajetória da bola é o seguinte: a percepção dará o momento da saída da bola da raquete do adversário e a concepção, que ocorre no mesmo ato de apreensão do real, ou seja, de toda a cena, dará antecipadamente a trajetória do saque, mesmo sabendo ser impossível reagir a tempo a uma bolinha que sairá do lado oposto da quadra a mais de duzentos quilômetros por hora. O tempo de reação não se dará apenas com base na percepção da bola, mas da leitura antecipada de todo o corpo do adversário, já que o tempo exigido para a reação se restringe a átomos de segundos. Isto não é uma interpretação do corpo, ela ocorreu no momento do estudo da imagem em vídeo, o movimento que antecipou a trajetória da bola foi a imaginação, ou seja, a concepção de uma informação extra para o corpo do adversário, com a grande probabilidade de estar correta.

A mesma estratégia elaborada logo atrás serve para explicar a razão de certos pacientes ainda sentirem e até mesmo descreverem um membro que fora amputado. O paciente acidentado, que não teve seu aparato sensorial avariado, percebe seu corpo sem o membro, mas ao sintetizar a massa de informação colhida do plano objetivo, agrega a informação de corpo completo e o membro 'misteriosamente' surge como componente presente do corpo mutilado. A presença chega a ser tão realista que o membro ausente pode provocar coceira, dor, sensação de frio etc. O estímulo visual e tátil não pode partir do objeto exterior, por motivos óbvios, ele não está mais ali no mundo dimensional. A presença do membro é uma representação inscrita na totalização das informações habituais do paciente, que até então mantinha seu corpo completo. O tempo passado, por meio da memória, se imiscui no tempo presente, que é o tempo da percepção, para integralizar um objeto oferecido à consciência. O paciente é consciência de um

corpo, mas este objeto, corpo, sofreu influência do passado do paciente, ou seja, sua memória. Sabemos que o movimento gerador da informação é a concepção, mas na linguagem comum digamos que a memória 'projetou' informações adicionais ao objeto exterior, tal como acontece na projeção das noções de continuidade e descontinuidade na ilusão de ótica de Müller-Lyer. Em casos mais graves, a força conceptiva supera tanto a força perceptiva que o paciente projeta ou cria uma falta que não existe, por exemplo, nos casos de histeria em que o paciente deixa de perceber as pernas que ainda estão ali. Obviamente que a incompletude do corpo está na imaginação do sujeito, não por força da percepção, mas da concepção ou síntese da realidade.

Posto dessa forma, reiteramos que nós é que podemos fazer uso das imagens que criamos com nosso próprio corpo; nós é que podemos empregar essas imagens como signos e fazer referência a algo fora desta mesma ideia da qual temos consciência. Tanto é assim que podemos substituir a imagem de uma cadeira como referente por um simples gesto manual com o indicador ou com o movimento da palma da mão descendente e manter a referência ao objeto real cadeira, ou ainda, podemos imaginar um objeto para a pura contemplação, como no caso das ideias criadas nos exercícios de meditação em certas religiões. E sem querer fazer com isso referência alguma ao mundo real exterior, já que a ligação entre signo e significado não nos parece necessária, mas contingente. Noutras palavras, a ligação entre signo e significado, se recusarmos uma possível mistificação da realidade, é aceita meramente por convenção.

E não é de outra maneira que a psicanálise existencial trabalha ao tentar decifrar o significado das imagens geradas pelo paciente. Os significados dizem respeito apenas ao próprio paciente (no âmbito particular), não têm lastro universal. Um borrão branco para João não tem absolutamente o mesmo significado para todos nós. Um borrão branco em meu relato pode significar a cor do meu uniforme usado no colégio que estudei na infância, para outro pode significar o hospital no qual fora internado anos atrás, ou ainda, pode significar o guardanapo pousado em cima da mesa do consultório, isto é, o referente, se existe, é sempre convencional e não necessário.

Nos termos que adotamos, a imagem mental para a consciência não tem obrigatoriamente que representar ou 'presentificar' o objeto real fora de nós, tal como defendia Sartre no exemplo da cadeira, fazendo da imagem concebida uma forma de a consciência se relacionar com seu objeto exterior. Ele faz assim porque ignora o esteio da consciência, que é o próprio corpo, que também gera conteúdo para a consciência. A imagem gerada por nós, com nosso esforço, liga-se ao exterior por simples associação, de forma aleatória, e pode ser agrupada por semelhança ou pode ser agrupada por uma associação inteiramente livre, até mesmo inusitada, no caso da arte.

Vejamos mais amiúde este último caso. Na arte, toda tentativa estética resume-se basicamente em tentar promover associações surpreendentes, buscadas no ou evocadas do interior dos espectadores, em seus campos de memória. O escritor Flaubert, (citado por MANGUEL, 2009, p.20), quando descrevia uma mulher em seus romances tentava aumentar a empatia do leitor com seus escritos generalizando ao máximo a descrição e se recusava a deixar-se ilustrar por meio iconográfico: "Ninguém jamais vai me ilustrar enquanto eu estiver vivo, porque a descrição literária mais bela é devorada pelo mais reles desenho". Ora, de fato o desenho é uma forma de tentar restringir a imagem mental do espectador que se liga ao referente, uma mulher descrita é qualquer mulher encontrada na memória dos espectadores ou criada com os elementos encontrados em seus campos mnemônicos, a ele cabe constituir sua figura e indexá-la à descrição situada no texto. Ao menos em tentativa, os artistas pretendem promover associações que surpreendam, quando há talento para tanto, obviamente, caso contrário as obras não provocariam a sensação de ineditismo. O desenho, no caso de Flaubert, diminuiria a particularidade da imagem concebida, induzindo o espectador, pela lei do menor esforço, a adotar a imagem da mulher oferecida pelo desenho. Isso diminuiria a liberdade do espectador na constituição das imagens geradas a partir do texto lido.

O que importa ressaltar aqui é que a imagem mental nasce à mercê de nossa vontade e não metida numa relação necessária com o objeto real ao qual pode se referir, do contrário a sensação diante de uma obra de arte seria unânime, o que não é de fato. Mesmo nas obras figurativas, na qual o artista pretende realizar uma cópia

o mais fidedigna da realidade, não se alcança gerar a mesma ideia em todas as consciências que se deparam com a obra. Um exemplo clássico onde isso fica evidente é o exemplo mencionado logo atrás, no qual, hipoteticamente, silvícolas ante a Última Ceia enxergariam apenas homens famintos e preocupados. Isso mostra que a ideia gerada ou concebida a partir do objeto apreendido não é universal, nem verdadeira, nem mais correta. A imagem concebida a partir do objeto apreendido é contingente e particular e é gerada a partir das habilidades particulares de cada consciência para lidar com o objeto apreendido, ou seja, a informação concebida para se relacionar com o objeto apreendido tem seu manancial no campo mnemônico de cada um dos silvícolas presentes. Estes, defronte à obra de Da Vinci, em cujo campo não se encontra o mito cristão, não teriam como associar tal mito àqueles homens com semblantes preocupados.

A manobra teórica realizada por Sartre para tentar superar as duas grandes dificuldades dogmáticas ao longo da história do pensamento: o idealismo inatista e o empirismo impressionista, propondo uma ligação necessária entre imagem mental e objeto exterior, foi desnecessária. Desde há muito o inatismo não consegue explicar o gradativo ganho de conteúdos intelectuais, não só no âmbito pessoal, quanto ao longo da História. É difícil articular conceitos imanentes com esse sucessivo acúmulo de informação. Já o empirismo ingênuo foi mais bem rechaçado pelo desafio de Alain, mencionado pelo próprio pensador francês ao analisar o imaginário (1996, p.60). Para estes empiristas as ideias não passavam de uma miniatura mental dos objetos que nos chegavam pelos sentidos, fazendo da consciência uma espécie de depósito de objetos guardados ao longo do tempo, assim como Locke, que equiparava a mente a um gabinete vazio prestes a ser preenchido:

Os sentidos inicialmente tratam com ideias particulares, preenchendo o *gabinete ainda vazio* (meu grifo), e a mente se familiarizando gradativamente com algumas delas, depositando-as na memória e designando-as por nomes. Mais tarde a mente, *prosseguindo em sua marcha* (meu grifo), as vai abstraíndo, apreendendo gradualmente o uso dos nomes gerais. Por este meio a mente vai se enriquecendo com ideias e linguagem, materiais com que exercita sua faculdade discursiva (LOCKE, 1983, p.148).

O empirismo supra foi refutado desta forma por Alain: ele convidava seu paciente ou voluntário a sentar-se, perguntava se ele conhecia o *Panthéon* de Paris e, em caso afirmativo, perguntava quantas colunas havia na fachada do edifício. Como os pacientes não lembravam, ele pedia que resgassem a imagem do edifício do último dia no qual fora avistado. Feito isto, pedia que o paciente tentasse contar as colunas da imagem mentalizada. A hipótese é bem clara, se a imagem mental fosse apenas uma miniatura do objeto retida na mente ou no 'gabinete vazio' do paciente seria possível contar as colunas do edifício, mas como ninguém conseguiu vencer o desafio tal argumento derrubou a teoria de que as imagens eram miniaturas fiéis dos objetos externos de onde foram colhidas e guardadas em algum depósito pessoal. Com isso afastou-se de forma convincente tanto a metáfora da tábula rasa, caso em que a imagem estaria impressa na mente tal como a imagem captada por uma câmera obscura, quanto um possível platonismo, que ocupava boa parte das teorias do imaginário. Estes últimos defendiam a ideia de que conceitos prontos imanentes à mente seriam meramente resgatados pela memória no ato de conhecer, o que reforçaria a tese de uma alma imortal. Nem um nem outro resistiram ao tempo ao longo da história do pensamento.

O próprio Sartre, ao lembrar este desafio, poderia ter desonerado a imagem mental de uma obrigação relacional, de uma obrigação de representação que é muito mais uma possibilidade, como veremos, do que uma obrigação de fato, por exemplo, percebe-se facilmente que a imagem do *Pantheon* criada no paciente de Alain é a consciência de um movimento do corpo, que gerou uma imagem alvo para a consciência: consciência-de-imagem-do-Pantheon e esta imagem, com toda sua defasagem informacional relativa ao objeto real, serve apenas como instrumento de relação com o meio externo, uma vez que fora criada sob a vontade particular do espectador. Se o corpo do paciente estivesse enfermo, como um dos pacientes de Oliver Sacks, a imagem gerada na mente do paciente poderia ser um chapéu, mas que serviria, de forma atípica obviamente, para se relacionar com o palácio tridimensional, afastando de vez a possibilidade de a imagem mental ser uma relação necessária entre a consciência e o objeto real.

A relação aleatória ou convencional da imagem mental e seu possível significado é a diferença capital entre o que fora dito até então com a fenomenologia

sartriana. A ligação entre a imagem mental e seu possível referente é apenas uma possibilidade dentre infinitas formas de lidar com a exterioridade. Para radicalizar a liberdade da imagem mental relativa ao objeto real referido, retomamos o exemplo da imagem da cadeira. Exagerando seu caráter de símbolo convencional, podemos afirmar que ela até pode servir como objeto de culto, isto é, ostentar ares sagrados e servir como objeto de contemplação pura, perdendo sua “essência funcional”, não se relacionando de modo algum com aquele objeto tridimensional ao qual estamos acostumados. Normalmente é desta forma que se criam os cultos místicos, aliena-se o objeto de sua finalidade e com isso ele se torna venerável por si: a vaca indiana, os totens, a espada nórdica, o manto dos santos etc. Por mais essa razão, não aceitamos a ligação necessária entre o imaginário e seu possível equivalente real. Esta diferença será de suma importância ao esmiuçarmos a relação entre os objetos percebidos e o comportamento observável do indivíduo, principalmente quando a diferença cultural entre os diferentes públicos visados pela publicidade é marcante.

CONCEPÇÃO, PERCEPÇÃO E COMUNICAÇÃO

O uso do condicional anteriormente empregado (os objetos *podem ser objetos culturais*) para se referir à historicidade deles justifica-se porque, isoladamente é claro, os objetos não dizem nada, não são históricos, não são culturais. Os objetos apreendidos são apenas entes puramente contingentes, o que Sartre denominou em-si, ou seja, algo que simplesmente está aí, como poderia não estar, como poderia estar de outra forma e relacionar-se uns com outros de outra forma, sob outras leis, eis tudo. A descoberta desta contingência desencantada, que expulsa Deus do nosso cotidiano, que expulsa a necessidade da realidade primordial, não é pacífica, é uma descoberta que nos causa desconforto e por isso mesmo é difícil de ser assimilada. Este é o sentimento de náusea tão bem descrito no romance homônimo: “a náusea não está em mim: sinto-a ali na parede, nos suspensórios, por todo lado ao redor de mim. Ela forma um todo com o café: sou eu que estou nela”. (SARTRE, 1996, p.39). Caso afirmássemos o contrário, que todo objeto é necessariamente histórico e cultural, desde sua geração, estaríamos animando ou

humanizando objetos de outra natureza, ou seja, estaríamos fornecendo uma consciência humana a algo não humano, o que seria absurdo e trairia nosso conceito de realidade atrás exposto. Uma cadeira não é uma cadeira para outra cadeira, uma cadeira só é cadeira com a intermediação humana, com a intermediação de uma consciência, o mesmo vale para tudo, por exemplo, para uma pedra, objeto não manufaturado e assim por diante.

De volta ao tema da comunicação, à dinâmica da relação com o mundo exterior, podemos ratificar que o fluxo de informação da mente para o objeto apreendido não se assemelha aos fluxos do campo da física, tal como o fluxo aerodinâmico ou hidrodinâmico, onde partículas se esbarram num movimento caótico cuja resultante tem direção determinada no espaço-tempo; ou mesmo um feixe de luz saído da consciência para o objeto com a intenção de fazer ressaltar sua figura do fundo escuro. Não é nada disso, a ideia de fluxo é muito mais ilustrativa, uma vez que, compulsoriamente, nos valem de palavras e, por falta de melhor expressão, o fluxo de informação que parte da mente para o objeto nada mais é do que a massa de informação evocada pelo objeto no próprio perceptor, em função deste último possuir já uma história particular de vida, mas que, sem o objeto percebido, tal informação não surgiria num tempo determinado, concomitante à aparição do objeto, nem haveria por quê. Por exemplo, um objeto cônico translúcido é apreendido por Pedro e João. Pedro pega o objeto e faz anotações com ele, depois disso João também o pega e utiliza como calço para uma mesa cambaleante. Nos dois casos, para que o objeto ganhasse sentido, teve de passar pelos sentidos de ambos, digamos que sua rigidez foi percebida. No entanto, a informação evocada em cada um dos espectadores separadamente foi mais desigual do que igual. O sentido dado por Pedro foi o de objeto para escrever e o de João foi objeto duro o suficiente para calçar outro maior. Com esta ilustração fica claro que não é a vontade do fabricante a responsável pelo sentido dado aos objetos, quem dá o sentido último a eles é cada espectador, com seu conteúdo individual e variável no tempo, em cada instante de modo particular, ainda que isso frustre a expectativa do fabricante.

Refaçamos o momento em que apreendemos um objeto, que seja, mais uma vez, o cediço exemplo do cubo. Coloque-se um cubo sobre a mesa em nossa frente,

o primeiro movimento intelectual em sua direção é o de percepção. Ora, a percepção presente apenas apreende um perfil do objeto, sendo esta face tridimensional, todavia, de imediato, reconheço o objeto como um cubo de seis faces. A percepção me revela uma face por vez, que é tridimensional, mas, se questionado, afirmo peremptoriamente tratar-se de um objeto de seis faces denominado cubo. Pela percepção apreendo o que me é oferecido, mas a imagem que totaliza ou sintetiza o objeto é uma criação minha, não sai imediatamente das qualidades do objeto, sai do movimento do meu corpo que produz um objeto inextenso que representa para mim o objeto percebido. Este movimento se difere do movimento puro de percepção, pois é um movimento que acrescenta informação que não está no primeiro perfil do objeto, este movimento é o de concepção, no qual crio um novo objeto virtual para representar o objeto que sou capaz de perceber, o objeto real visto de um ou mais pontos de vista, mas que não é o objeto visto de nenhum ponto de vista, porque não se encontra no espaço. Este objeto virtual criado para representar o real não é a essência do objeto, porque é uma particularidade, é o cubo-para-mim, ainda que o costume tente naturalizar ou restringir meu campo de interpretação a fim de ampliar a possibilidade de acordos mútuos entre os indivíduos. Daí o uso da linguagem para tentar definir o objeto de forma o mais universal possível. Convencionalmente o espectador pode ser compelido a restringir seu campo de interpretação, seu campo de mitificação ou idealização virtual, como nos sinais de trânsito, mas esta restrição é cultural, não ontológica, como já vimos.

A informação evocada no perceptor não depende somente das informações fornecidas pelas qualidades do objeto percebido, sua cor, sua dimensão, sua textura etc., pois a principal fonte de informação está na história pessoal do espectador, na memória mais especificamente, sendo esta a responsável por nossa individualidade, isto é, aquilo que nos concede o status de seres únicos, indivíduos *stricto sensu*. Um adulto normal, de fato, percebe um objeto cilíndrico de ponta cônica, azulado, meio translúcido etc. e estas são as informações do objeto para a consciência por meio do aparato sensorial humano, mas quando o objeto é instantaneamente identificado como sendo uma caneta, a informação que permite o objeto cru, o objeto bruto, ser identificado, nomeado e associado a determinadas funções, associado a determinados sentimentos, não está nele mesmo, está na memória do espectador. Esta informação suplementar é que responde pela identificação e individuação do

objeto. O objeto bruto revela apenas qualidades sensíveis, todo o resto lhe é atribuído por uma consciência que está fora dele. Nossa imaginação é que é capaz de associar informações à coisa percebida: só assim uma massa sólida transfigura-se em apoio para descanso do corpo e recebe um nome _ neste caso, cadeira. O que não acontece na percepção do recém-nascido nem na percepção de um paciente que teve o funcionamento mental alterado. As experiências passadas do perceptor dito normal é que cedem conteúdo ao clamor do objeto apreendido pela consciência, a massa sólida da infância então cede lugar ao objeto funcional cadeira. Desta forma, o objeto percebido apenas cumpre seu papel evocativo, à maneira de Sócrates que, por meio do diálogo, valia-se da maiêutica para fazer aflorar uma informação que não estava nele próprio, mas no seu interlocutor. Digamos que o objeto dialoga com o espectador. Neste segundo fluxo que estamos analisando, o objeto percebido cumpre basicamente este papel, o de fazer aflorar informações contidas naquele que o percebe, para fazer surgir em seu interlocutor determinada informação que ele mesmo colheu ao longo de sua existência. Daí dizer que se estabeleceu entre objeto e espectador a comunicação. Daí dizer que se gerou uma troca específica de informações. À medida que os modos de vida de vários espectadores de um mesmo objeto se assemelhem, mais próximas são as informações evocadas pelo objeto num e noutro, a ponto de se passarem por “naturais”, a ponto de desconhecidos comungarem, com o uso da linguagem, do mesmo conceito para a coisa percebida.

A própria etimologia da palavra conceito registrada na maioria das enciclopédias e dicionários nos induz a erro ao aproximar o termo latino *conceptus* do verbo abstrair. *Conceptus* remete à concepção, que significa criar, gerar, originar; já abstração significa retirar, separar do real aquilo que é mais geral, separar do particular aquilo que é mais universal. Qual o louco duvidaria que tal massa sólida, com um formato determinado, com uma função determinada seja uma cadeira? O cotidiano se encarrega de sedimentar o costume de tratar o objeto de tal maneira a ponto de “naturalizar” suas características e funções. Mas é preciso frisar que estas características não estão no objeto em si, não são naturais, mas nos interlocutores que o percebem, estão na relação entre a consciência do espectador e o objeto. Apesar de raros, os momentos em que esta suposta naturalidade é desfeita existem e marcam, ou melhor, assustam ou reviram a vida da maioria das pessoas. Por

exemplo, um artista plástico, quando subverte o uso de determinado objeto, pendurando-o na parede, tal como o mictório de Marcel Duchamp, devolve-nos o estranhamento primordial a nossa percepção. Toda vez que isso acontece reacende-se a náusea ou o estranhamento típico da percepção bruta mais comum em nossa mal recordada infância, quando ainda não tínhamos história de vida, experiência suficiente ou memória e o objeto transmitia aquele pasmo primordial, aquele assombro. Assombro este que, num homem feito, para Sartre, equivalia-se à náusea, para Camus, representava a sensação de ser estrangeiro ao mundo (CAMUS, 1989, p.26). Noutras palavras, sabemos que a todo instante é possível o retorno à percepção bruta dos objetos e a sua decorrente desfamiliarização concomitante ao afastamento do conceito normalmente atribuído ao objeto. O conceito não é a essência *per se* do objeto, ele é uma formalidade linguística, que tem caráter consensual, contratual. Toda vez que ferimos a força do hábito ao nos afastarmos do conteúdo linguístico que se entranha nos objetos pelo hábito, seja pelas mãos de um artista, seja pela visão de mundo das crianças, temos o retorno à sensação de estranhamento, que revela a natureza contingente do real. Isto porque a síntese do objeto é particular e não universal como pretende a linguagem, ou seja, ao longo do dia, sem que percebamos, temos prova da ligação contingente entre os objetos que nos rodeiam e a informação que criamos para lidar com eles e que sua aparente universalidade tem fundo meramente convencional.

De volta ao movimento gerador de informação para os objetos, lembremos que a concepção cumpre a finalidade de agilizar a familiarização com o mundo, de fornecer informações que não são dadas por meio da percepção bruta. A concepção gera informação para tornar o objeto apreendido dócil, familiar, menos amedrontador, isto é, previsível. Uma massa sólida ligeiramente acastanhada não faz a menor ideia de que está sendo percebida destacada do assoalho nem da parede e está sendo designada por cadeira. A cadeira desconhece que atribuíram a ela uma função, uma forma, um valor, uma figura etc. Quando bebês, hipoteticamente, empregando a linguagem de Piaget, até que nossos esquemas acomodativos se aperfeiçoem, o objeto cadeira não se apresenta como cadeira, apresenta-se como massa sólida de cor marrom. Somente com o tempo e aculturação decorrente é que os objetos ganham nomes, funções e valores, informações que fazem parte de quem somos e que podem ser evocadas pelo

objeto assim que nossa percepção entra novamente em contato com eles. Seu aparecer para um indivíduo com uma memória formada, evoca nesta mesma memória uma série de informações prévias, porque a consciência não é um ente fictício, uma formalidade lógica, um ente idealizado que funcionaria sempre de forma germinal, sempre renascente, sempre de modo inaugural e isolada do campo da memória. Isto só ocorre quando bebês, pois nos primeiros anos de vida tudo nos encanta pela primeira vez, viver é pasmar-se com a novidade que nos cerca, mas quando começamos a formar nosso campo mnemônico tendemos a simbolizar o meio que nos cerca, tendemos a mitificar o ambiente para agilizar nossas ações e interações com o ambiente. Em casos de amnésia, também temos o espanto do paciente diante de objetos familiares, porque há a perda da identidade, isto é, a perda de informações ou habilidades para representar objetos que já passaram pelo aparato sensorial. Noutras palavras, a consciência é uma estrutura psíquica concreta, ancorada num corpo completo, capaz de se dirigir a um objeto formado a partir da história pessoal de cada um.

Completo quer dizer apenas que corpo e alma não se separam como nos dualismos clássicos, ou seja, reconhecemos um corpo sem consciência apenas quando o homem está morto, coisificado, dado o fim ou definição do projeto que somos. Portanto, quando dissermos o homem estamos nos referindo à vida humana, isto é, a um corpo completo, concreto, consciente, dotado tanto de intencionalidade quanto de sentidos, tanto apto à *concepção* quanto à *percepção* dos fenômenos. Lembrando que os realizamos muitas vezes de modo imperceptível, isto é, de modo não reflexivo, a ponto de os assumirmos simultâneos. Concreto porque não se trata de uma consciência em geral, abstrata, transcendente, como defendia Husserl, mas a consciência do João, do Paulo, do Manoel etc., particulares, concordando neste trecho com Locke, ainda que abstraídos pela linguagem, já que esta é nossa ferramenta presente, trabalhando, portanto, no campo de uma existência possível, uma vez que os exemplos podem ser fictícios. Desse modo, podemos empregar as seguintes sentenças: tenho consciência desta cadeira que está diante de mim, o que é o mesmo que dizer: consciência de cadeira que não sou eu; Pedro tem consciência de sua dor, mas não é sua dor; Paulo tem consciência daquela caneta azul etc.

Colocado desta forma, confirmamos os dois únicos movimentos do corpo que conseguem produzir objetos inextensos para que a consciência intencionalmente os apreenda: *concepção* (somente objetos inextensos, cujo objeto depende de nós) e *percepção* (existência do objeto independente de nós, que pode ser extenso ou não, embora a resultante dialética da apreensão do objeto pela consciência seja sempre inextensa, ou seja, uma ideia que se forma a partir da passagem da imagem do objeto pelos sentidos). Noutras palavras, refazendo o trajeto de nosso contato com o mundo, podemos dizer que tudo aquilo que existe aparece de infinitas formas para nossa consciência, que é o movimento em direção ao objeto a ser apreendido, a consciência é, por isso mesmo, sempre consciência de algo e este algo é a negação da consciência, por isso ela se descobre a si mesma através dessa negação que não é ela. Consciência-de-cadeira revela tanto a cadeira quanto o “algo” para o qual ela surgiu, este algo é a consciência que se apropriou dela por negação. A consciência é puro ato, ou seja, age no limite mínimo infinitesimal entre passado e futuro, o que denominamos presente ou imediatidade. Desta forma, quando tomamos consciência de um objeto determinado ele pode ou não estar ligado a um objeto posicionado no tempo e no espaço. Por exemplo, tenho consciência deste monitor que está diante de mim agora, formo uma ideia sobre ele a partir de todos os perfis colhidos ao longo de minhas observações: olho-o de cima para baixo, pego nele, sinto o material de que é feito, a cor, ouço os sons que ele emite, lembro-me da palavra usualmente empregada para designá-lo e formo uma imagem definidora para ele, que não é mais parcial, ou seja, formo uma ideia que sintetiza todas as imagens que dele obtive ao longo das sucessivas experiências de contato. Neste sentido, confluímos com a visão de Merleau-Ponty:

Nossa percepção chega a objetos, e o objeto, uma vez constituído, aparece como a razão de todas as experiências que dele tivemos ou que dele poderíamos ter. Por exemplo, vejo a casa vizinha sob um (sic) certo ângulo, ela seria vista de outra maneira da margem direita do Sena, de outra maneira do interior, de outra maneira ainda de um avião; a casa ela mesma não é nenhuma dessas aparições, ela é, como dizia Leibniz, o geometral dessas perspectivas e de todas as perspectivas possíveis, quer dizer, o termo sem perspectivas do qual se podem derivá-las todas, ela é a casa vista de lugar algum. (MERLEAU-PONTY, 1999, p.103)

No instante em que o objeto percebido não está mais presente no tempo e espaço, seja porque me distraí, seja porque saí do lugar onde estava, consigo re-apresentá-lo, *presentificá-lo* ou representá-lo, como queiram, seguindo a evolução etimológica do termo, construindo ou constituindo no momento desejado uma ideia que dele formei, que eu mesmo liguei a ele quando dele me apropriei, a formação desta ideia da qual tenho consciência quando ele está ausente é o que denomino concepção, ou seja, aquela ideia do objeto quando o vejo de lugar nenhum, conforme assinalado por Merleau-Ponty. Já a ideia que formo passo a passo sobre o objeto que ainda estou em processo de configuração, que se dá com o concurso dos sentidos, denomino percepção. No entanto, é preciso destacar que as duas habilidades naturais descritas, na maioria das vezes, não se dão em separado, na maior parte do tempo as empregamos simultaneamente. A dificuldade teórica para lidar com aquilo que não existe em separado, mas que pode sê-lo com o uso do pensamento e da linguagem é o que dificulta a melhor compreensão destes dois movimentos, mas confirmo que são eles os responsáveis pelo fornecimento de objetos inextensos para a consciência: concepção e percepção, daqui por diante, toda vez que se fizer menção à mente, estes dois movimentos estarão envolvidos.

FENOMENOLOGIA DAS IMAGENS E DOS TEXTOS

Posto que, *lato sensu*, a interpretação dos dados com os quais nosso aparato sensorial tem contato é a base da semiótica, podemos concluir que, se no momento mesmo da percepção, tal como queria Merleau-Ponty ao aproveitar o caráter intencional da consciência, há já doação de sentido ao objeto percebido, toda existência é semiótica. Mais ainda, conforme encaminhei a teoria até então, com o auxílio da fenomenologia deste último e da de Sartre, no momento da apreensão do real há já o concurso dos dois movimentos do corpo, percepção e concepção, sabendo que este último trata de mitificar o objeto real a fim de torná-lo familiar, o existencialismo é uma teoria semiótica. E é com este aparato teórico que seguimos finalmente rumo às imagens e textos que visam nos convencer de algo.

Vimos que a base de toda relação com a realidade é a dialética entre uma consciência qualquer e o existente (para acompanhar a tradição do pensamento ocidental empregaremos por ora a noção de dialética, no entanto ela sofrerá uma pequena adaptação adiante). A consciência é definida por sua liberdade e intencionalidade e isso é o mesmo que dizer: a consciência é situada, não é determinada por nada e é sempre consciência de algo. Em termos dialéticos, esse algo é a negação da consciência, aquilo que se impõe contra sua liberdade, ou seja, o aparecer do existente que não se identifica com a própria consciência, ou seja, é o seu *outro* da relação, sumário modo, é o objeto para um sujeito. Por isso o fenômeno ou aparência do real é relativo, ou seja, exige sempre a quem aparecer e contra este quem é que ele se impõe como presença no mundo. Noutros termos, estou num mundo que não depende de mim e não foi escolhido por mim: nasci numa cidade qualquer, meus pais falavam um idioma não escolhido por mim, num tempo histórico totalmente independente de mim e assim por diante. Neste mesmo mundo os objetos me surgem, quaisquer que sejam eles, em nosso recorte epistemológico, reduzimos as opções para uma imagem ou um texto, _ ao mesmo tempo em que me descubro sujeito dessas relações. Ora, mas poucas linhas atrás vimos que este movimento não é tão simples quanto a definição de dialética pode supor, uma vez que, diferentemente de Sartre, a síntese totalizante do objeto apreendido tem a participação do movimento do corpo do espectador, que consegue representar experiências passadas, ou seja, a memória participa também, junto com as informações colhidas no instante do aparecer do objeto, isto é, no ato da percepção, da síntese do real. Portanto resumir a relação entre consciência e mundo com o conceito de dialética é neste caso insuficiente. Talvez a metáfora mais rica para descrever o processo ou movimento de apreensão do real seja mesmo aquela que o compara à ingestão e à digestão do mundo, tal como Piaget empregara para descrever os estímulos externos que chegavam aos sentidos da criança, equiparando-os a alimento:

(...) a partir do sexto dia, o filho voltava a cabeça para a janela quando o afastavam dela. Parece que tais comportamentos se explicam de maneira idêntica às condutas relativas à sucção: a luz é um excitante (*logo, um alimento funcional*) (meu grifo) para a atividade visual, daí resultando uma tendência para conservar a percepção luminosa (assimilação) e uma tentativa para reencontrá-la quando desaparece (acomodação). (PIAGET, 1978, p.70).

A metáfora da ingestão do mundo não é nenhuma novidade, a própria linguagem popular nos dá farto exemplo de que as coisas do universo servem de alimento ao espírito: “comer com os olhos, ter o olho maior do que a barriga, olhar não arranca pedaço” etc.. Fato que nos permite definitivamente comparar o olhar com o movimento de ingestão, porque no fundo trata-se de trazer o mundo para dentro de si e processá-lo. Basicamente, nesse mesmo sentido, foi criado o Movimento Antropofágico dos artistas modernistas brasileiros, também citados por Flusser quando redigiu seu artigo A Gula, (citado por BAITELLO, 2010, p.16), no qual comparava os produtos da civilização e do progresso com os produtos da digestão: dejetos, detritos e excrementos.

Isto feito, façamos uma escavação em torno do acontecer da criança no mundo, levando em conta a sede da consciência que é seu corpo. O desenvolvimento se dá basicamente assim: a criança herda uma condição no mundo não escolhida por ela, sente confusamente a sede de seu eu, que é seu corpo, ameaçada pelos objetos que a rodeiam e, com os sentidos ainda mal estruturados, sente que a maior ameaça a este mesmo corpo é a corporeidade dos objetos à sua volta, ainda muito pouco conhecidos, por exemplo, objetos pontiagudos, pesados, ásperos e daí por diante. A primeira sensação que permite avaliar essa relação com o mundo é o binário dor-prazer, porque instintivamente, sem reflexão ainda, por isso mesmo sem interpretação, tendemos a preservar nosso corpo a todo custo, ou seja, tendemos a preservar nossa vida sem sabê-lo, porque o que nos é acessível neste momento primevo é somente fugir da dor e manter próximo de si o que dá prazer, sem nem ao menos saber que isso ajuda a manter a vida. Para isso, ainda não sabemos avaliar precisamente o que é benéfico ou maléfico ao corpo, pois para tanto teríamos que empregar movimentos intelectuais ainda desconhecidos, tais como identidade, unidade, semelhança, diferença, forma, distância etc., logo empregamos as sensações primárias como medida do mundo, como já dito. Ao longo da experimentação direta medimos o resultado final da experiência pelo binário dor-prazer. A partir do uso mais prolongado do corpo, tendemos a sofisticar essas informações adquiridas, tendemos a ampliar nossa memória, ou como prefere Piaget, nossos esquemas adaptativos, que é o acúmulo de habilidades para representar o que passou, e com isso ampliar nossa capacidade para avaliar as

ameaças vindas do exterior antes que nos machuquem. Desta forma, com o intuito de antecipar as características ameaçadoras dos objetos circundantes, a criança aprende a louvar a distância, aprende que perscrutar o meio de longe é mais seguro para o corpo do que empregar imediatamente os outros sentidos. A criança, ao fazer uso do toque direto sobre objetos pouco conhecidos, guiadas pelo reflexo de preensão, corre sempre o risco de sentir dor, por exemplo, ao apertar o alfinete da fralda, ao raspar o braço na parede, ao apertar a unha sobre a pele, ao pegar a mamadeira quente etc. Desta forma a criança aprende que a visão é o sentido que, à distância, fornece mais informações sobre a corporeidade dos objetos, isto é, ela alcança medir em boa dose o gradiente de adversidade do meio no qual fora largada, do meio em que foi dada à luz. Por isso, desde a Grécia Antiga, se fala que a visão é o sentido mais valioso do homem. Mas nesse caso não é, como queria Aristóteles, pelo prazer do conhecimento que se privilegia a visão em detrimento dos outros sentidos, isto só ocorre algum tempo depois, quando o desenvolvimento da criança está avançado, quando se torna capaz de desenvolver operações mais complexas:

Todos os homens têm, por natureza, desejo de conhecer: uma prova disso é o prazer das sensações, pois, fora até da sua utilidade, elas nos agradam por si mesmas e, mais que todas as outras, as visuais. Com efeito, não só para agir, mas até quando não nos propomos operar coisa alguma, preferimos, por assim dizer, a vista aos demais. A razão é que ela é, de todos os sentidos, o que melhor nos faz conhecer as coisas e mais diferenças nos descobre. (ARISTÓTELES, 1973, p.211)

É por cautela, por medo, para evitar a dor e não pelo prazer imanente do conhecimento que aprendemos a dar maior valor à visão. Nos primeiros anos de vida, nossa escala para medir o mundo, o binário dor-prazer, tem sua fonte ainda muito próxima do corpo, época em que se percebe maior uso do tato, do paladar, da audição e do olfato. Somente ao final do primeiro mês de vida, (PIAGET, 1978, p.70) com o desenvolvimento do aparato visual e conseqüentemente com o desenvolvimento das noções de forma, contorno, profundidade etc. é que a criança passa a sentir prazer na investigação do campo visual “[...] o rosto adquire uma expressão certamente inteligente: é o momento em que a criança deixa de chorar para passar longos minutos ininterruptos olhando para a frente, sem mesmo chupar

em seco” (idem, p.71). Com tal aprendizado, é possível, mesmo de longe, avaliar aquilo que aparentemente nos beneficia, e isso gera a sensação de prazer. O contrário também ocorre, é possível avaliar o que nos ameaça, o que gera a sensação de desconforto antes mesmo de provocar a dor propriamente dita. A criança quando olha um objeto muito felpudo pode chorar, não em função da dor sentida, mas por imaginar que o objeto seja áspero ao toque. Desta forma, aprendemos com o tempo a vantagem em desenvolver a visão para tornar o ambiente familiar e menos hostil, tudo isso a uma distância razoavelmente segura, mas isso só acontece ao final do primeiro mês de vida, como já assinalado por Piaget, antes disso os outros sentidos são mais utilizados. A partir daí sim, pode-se dizer que a visão, em termos de prazer, passa a ser dominante em relação às outras sensações, como já insinuava Santo Agostinho:

Os olhos amam a beleza e a variedade das formas, o brilho e a amenidade das cores. Oxalá que tais atrativos não me acorrentassem a alma! Oxalá que ela só fosse possuída por aquele Deus que criou estas coisas tão belas! O meu bem é Ele, e não as criaturas que todos os dias me importunam acordado, não me dando descanso, como o dão as vozes dos cantores, que por vezes ficam em silêncio. A própria rainha das cores, esta luz que se derrama por tudo o que vemos e por todos os lugares em que me encontro no decorrer do dia, investe contra mim de mil maneiras e acaricia-me, até mesmo quando me ocupo noutra coisa que dela me abstrai. Insinua-se com tal veemência que, se de repente me for arrebatada, procuro-o com vivo desejo. Se se ausenta por muito tempo, a minha alma cobre-se de tristeza. (1973, p.220).

Esclarecida a origem da relevância da visão, que tem vantagem adquirida e não inata sobre os demais sentidos, como queria o autor da Metafísica, precisamos esclarecer a diferença entre a imagem percebida e a imagem sintetizada. Para isso, retornemos novamente à diferença entre olhar e ver. Ora, por mais óbvio que pareça, olhar é fazer uso do aparato visual, cujos olhos são o principal instrumento. No entanto, acompanhando a formação da imagem no mundo físico, aproveitando desde as lições de Euclides em 300 A.C, que representava os raios luminosos por meio de segmentos de reta, até ao esquema da câmera obscura, compreendemos que a imagem formada no fundo olho, tal como acontece com os feixes de luz que penetram o orifício da câmera, não é a mesma apreendida pela consciência. De fato, todo objeto para ser visto deve ser iluminado, ou seja, necessita de uma fonte

luminosa, que na maioria dos casos é o sol. Esta fonte ilumina o objeto que reflete difusamente parte da luz incidente. Se parte destes raios penetram no orifício de uma câmera, temos a formação de uma imagem invertida no anteparo dela. Como podemos ver na figura 5.

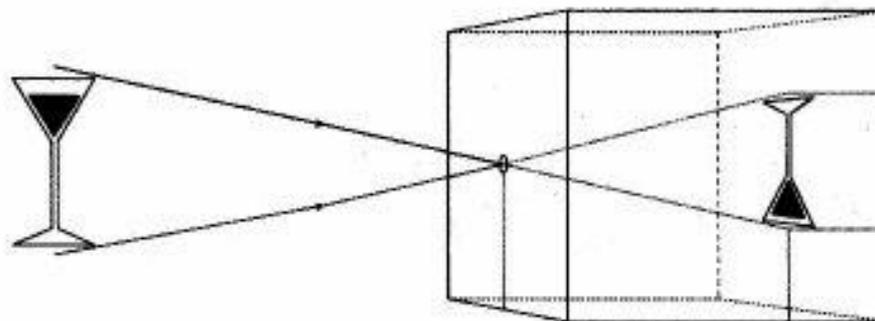


Figura 5

Analogamente, diz-se que o mesmo acontece no olho humano. Analogamente porque a estrutura ocular oferece rota convergente aos raios que entram, assemelhando-se às câmeras fotográficas mais modernas, dotadas de uma combinação de lentes convergentes (AUMONT, 2011, p.13). A anatomia ocular é semelhante, mas não é igual à câmera obscura, pois o olho é um globo aproximadamente esférico, de diâmetro em torno de dois centímetros e meio, revestido por uma camada em parte opaca, em parte transparente. Similar ao buraco da câmera temos, assim, a íris, músculo esfíncter que determina o grau de abertura da pupila. Uma vez que esta última seja transposta, o raio sofre os desvios convergentes do cristalino. E isto é a parte física do processo. No entanto, quando estes raios chegam ao final da trajetória, encontram a membrana denominada retina, e eles formam, tal como na câmera obscura, a imagem invertida do objeto refletor. Ora, salvo os dias em que o espectador ingeriu substâncias que alteraram drasticamente o funcionamento do corpo, ordinariamente não enxergamos o mundo de modo invertido nem mesmo enxergamos em duplicidade, já que temos dois olhos funcionando como duas câmeras simultaneamente. A unicidade do objeto acontece

porque depois da impressão da imagem na retina há todo o processamento químico e nervoso do estímulo. Ele é processado pelos cones e bastonetes, que por seu turno fornecem informações de outra ordem ao nervo óptico, que envia mensagens nervosas a outras partes do cérebro, até o córtex estriado. O que vemos, então, não se reduz à imagem retiniana tal com na figura 6, esta representa apenas parte do fenômeno visual, fenômeno que não se reduz à descrição física do processo.

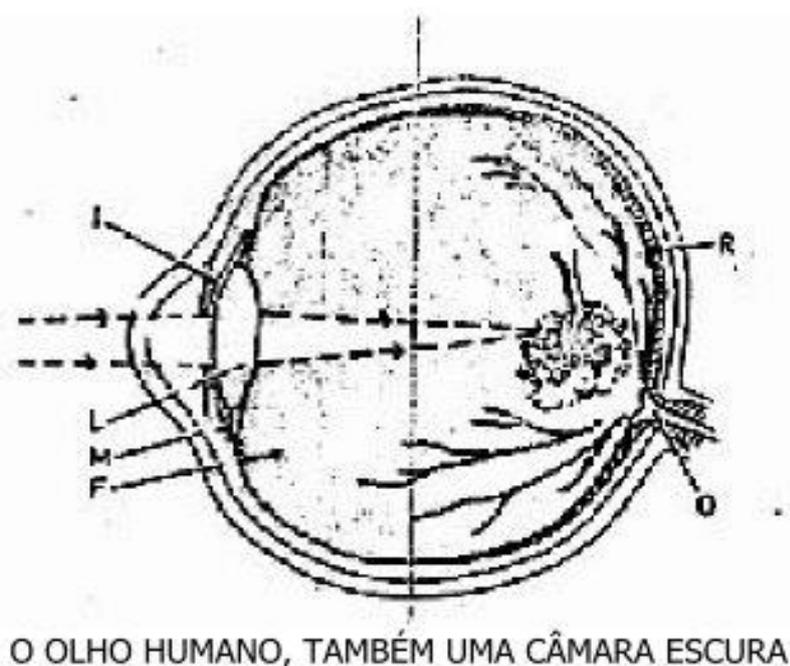


Figura 6

Do fenômeno puramente visual, por exemplo, da miríade de informações que compõem uma cena do cotidiano, até a identificação do objeto separadamente, com nome, função e valor, há vários processos envolvidos não redutíveis uns aos outros. O olho capta a parte física dos fenômenos, após, temos processos químicos de decodificação, depois disso temos os processos neurais de decodificação, por fim temos a composição total do objeto que é de responsabilidade da mente, que não se identifica com o cérebro, como a maioria dos cientistas⁸ confunde quando leem os filósofos empiristas. O cérebro tem extensão, é o órgão físico, a mente não, ela é a atividade final na qual todo o corpo colabora, é abstrata em razão de seu movimento não se encontrar no plano cartesiano. Um sujeito qualquer apreende uma caneta sobre a mesa, a imagem estimula seu sistema visual até chegar ao cérebro, mas,

⁸ Exemplo cabal de confusão entre um e outro se encontra na obra de Steven Pinker, *Tábula Rasa*.

caso a caneta seja jogada fora pelo espectador, podemos dizer que a atribuição, o julgamento, o valor dado a ela é particular e resultante da atividade mental, que não se reduz à atividade cerebral, visto serem conceitos distintos. Com o uso de eletrodos, podemos afirmar de fora, como testemunha da experiência, o momento exato em que o espectador percebeu a caneta sobre a mesa, mas não conseguimos afirmar que ele a apreendeu como lixo, já que esta é uma atividade de concepção. Esta é a diferença mais evidente entre a parte física, cérebro, e a parte mental, isto é, a caneta percebida como objeto e a caneta apreendida como lixo.

Dito isto, podemos, nestes termos, distinguir o *olhar* do *ver*. O olhar, portanto, é a ingestão do real, é a captação não passiva de objetos refletores, o ver é a digestão destas informações, ação na qual a concepção tem maior influência se comparada ao mero ato de olhar. Por exemplo, um sujeito olha para o lado e imediatamente se agacha, segundos depois passa sobre sua cabeça um sapato. Depois do ocorrido, ele se volta para o objeto e o reconhece. No primeiro instante, ele *olhou* para o ambiente e sentiu a ameaça. No instante seguinte, ele *viu* o objeto que o ameaçava. Percebamos que, neste segundo instante, o objeto recebeu dele identidade, função, valor, etc. e esta, grosso modo, é a diferença entre as duas ações. Contudo, mesmo havendo esta diferença entre ambas, é inegável que todo objeto apreendido fora da mente do espectador teve que passar por seu aparato sensorial, valendo, neste caso, a máxima de Berkeley (1973, p.19), “ser é ser percebido”. E já vimos que, em termos gerais, o sentido preponderante a partir da infância é a visão. Digo em termos gerais porque em casos específicos a variação das necessidades muda totalmente as prioridades, a noção de prioridade é meramente esquemática, não ontológica, por exemplo, aos amantes o sentido mais importante é o tato; ao massagista idem; ao músico, a audição; ao corredor de 100m rasos idem e assim por diante. Por isso, no âmbito da comunicação, em termos de quantidade, apenas nesse sentido restrito, se alguém tem a intenção de oferecer informação a outrem, leva vantagem se o oferecer à visão.

Empiricamente, principalmente nas metrópoles, é fácil perceber a forma acintosa com que se disputa a atenção do foco visual dos espectadores. Foco este que é naturalmente seletivo, pois mantém um feixe de atenção de 30° apenas em

torno da fóvea⁹, que também é parte do olho e por isso mesmo se move incessantemente sempre em busca de novas informações visuais. As ruas das grandes cidades são festivais de letreiros, neons, placas, luzes etc., todos tentando seduzir o foco visual dos espectadores, foco este ilustrado pela figura 7 (AUMONT, 2011, p.58), onde está registrado o movimento ocular denominado *scanning*, anglicismo já incorporado ao nosso idioma, que é o caminho do olho quando busca informações sobre um objeto qualquer. À medida que se aumentam os estímulos, tanto em quantidade, quanto em velocidade de renovação, maior é a avidez do olhar, maior sua inquietude, maior é a inconstância dos quebradiços movimentos direcionados ao longo do objeto. Quanto maior sua inquietude, mais difícil se torna sua fixação num determinado campo espacial ao longo do tempo, por conseguinte o tempo de troca de informação entre o objeto e o espectador também diminui e menor é o efeito pretendido pelo autor do objeto emissor. Cria-se assim um círculo vicioso, maior o despejo de estímulos visuais para tentar prender a atenção dos espectadores, menor é sua eficácia diante do quadro dispersivo criado pelo excesso de estímulos. Não é preciso muito para evidenciar o que hoje se designa por poluição visual, quadro em que tudo disputa o olhar de todos e quase nada é visto de fato.

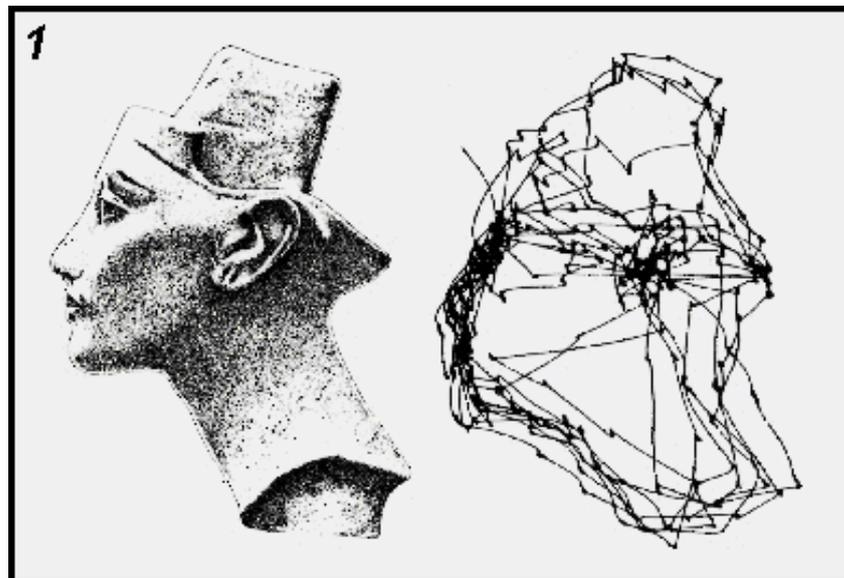


Figura 7

⁹ Fóvea é a região central da retina do olho humano onde se concentram os cones e onde se forma a imagem.

A partir da confusão do cenário descrito, dentro do panorama poluído, passemos a avaliar o desempenho informacional dos objetos selecionados no início do trabalho. Antes, porém, vamos esclarecer algo sobre os símbolos, uma vez que tanto as imagens, quanto os textos analisados têm geneticamente a intenção por parte dos criadores de representar algo fora deles próprios. Ora, por mais desalentador que pareça aos amantes do poder, tudo pode exercer a função simbólica, ou seja, representar algo diferente de si próprio. Isto porque quem ilumina e dá sentido aos objetos é a consciência, e é uma consciência particular, a consciência do Pedro, que é confeitoiro; a consciência do João, que é professor de Filosofia; a consciência do Raoni, que é chefe tribal etc., como a ontologia anterior demonstrou. Para deixar mais claro esta espécie de relativismo, tomemos um exemplo qualquer: uma pedra enorme entre o caminho que liga um vilarejo a outro. Suponhamos que um engenheiro da capital compre uma fazenda perto de um dos vilarejos e uma casa no outro vilarejo vizinho. Como tem o hábito de se deslocar de carro, manda implodir a tal pedra que atrapalha seu deslocamento entre a fazenda e a casa recém-comprada. Imediatamente os habitantes dos dois vilarejos, que tinham por hábito se encontrar em frente à pedra e rezar ajoelhados, reclamam da atitude do engenheiro. Além disso, um pintor, que havia passado por lá semanas antes, pintou a pedra no meio da estrada e guardou a tela. Ora, ontologicamente, a pedra em si, que não faz a menor ideia de que foi percebida separada da montanha, que não sabe que recebeu o nome de pedra, que não sabe que foi decomposta em arenito e silício etc., que é apenas um em si, na linguagem sartriana, recebeu do engenheiro o sentido de obstáculo; dos moradores do vilarejo, o sentido de templo e do pintor, o sentido de modelo. Dentre o grupo de moradores que oravam diante da pedra, alguns oravam em prol dos entes queridos já mortos, já outros, em prol da plantação futura. A tela do pintor, de onde se reconhecia a pedra, para um dos filhos do engenheiro, representa o fim do obstáculo na estrada, para outro, só uma tela fora de moda. E esse espelhamento em paralelo dos sentidos do mesmo objeto apreendido por múltiplas consciências, em múltiplos suportes e ocasiões, poderia multiplicar-se por quantas cabeças percebessem a pedra, porque o sentido dela é inteiramente dependente da consciência que a apreende.

Em tese, todo comunicador cria objetos para a percepção de outros, geralmente desconhecidos. Dentro do nosso recorte, tanto textos quanto imagens,

que são as categorias do nosso estudo, são criados para tentar evocar no espectador uma informação concorde com seu criador, quando isso acontece reconhecemos a eficácia da comunicação. No entanto, para a frustração dos criadores, pelo modo operacional da consciência, eles só podem trabalhar no âmbito da probabilidade, porque o sentido final da peça será doado por outrem, cuja história de vida, cuja memória é, no âmago, inacessível. O máximo de proximidade que o comunicador consegue com os valores, costumes, ideias, esquemas, anseios e medos do público alvo, que as empregará na síntese final da mensagem, é por pura especulação. Valendo para tanto o uso de conhecimentos sociológicos, antropológicos, psicológicos e intuitivos do público alvo. Quanto menor este conhecimento, que não se esgota, obviamente, maior a frustração entre o sentido pretendido pelo pai do objeto comunicante e seu espectador. Ora, mas alguém pode objetar que em um mundo globalizado, padronizado, massificado, os valores, anseios e históricos de vida são majoritariamente parecidos.

Então vamos aos casos concretos em que a intenção do criador do objeto comunicante foi drasticamente frustrada. Em 2009 a famosíssima produtora de material esportivo Nike, interessada no maior mercado do mundo, criou uma campanha de tênis para se firmar na China. No filme publicitário, assistia-se ao não menos famoso jogador da NBA¹⁰, Le Bron James, batendo em um mestre de kung-fu e vencendo um portal resguardado por dragões. A ideia da produção era transmitir ao público a informação de que com a tecnologia empregada na criação dos tênis da empresa seria possível superar ou sucatear o desempenho atlético do passado. Entretanto, o resultado foi catastrófico para a agência. De fato, representou um dos maiores prejuízos na área publicitária. Isto porque, antes mesmo de a peça ser veiculada pelas televisões, por meio da internet, os jovens chineses prepararam o maior boicote da história do mundo corporativo. Na constituição do sentido da peça publicitária, os chineses, a quem o passado é motivo de orgulho, viu o símbolo desse passado abatido, através da derrota do mestre de kung-fu por um jogador de basquete estadunidense. Além do mais, viu na peça o dragão, que é um símbolo nacional sagrado, intocável e protegido por lei, ser humilhado. Toda a campanha publicitária já pronta para a veiculação, avaliada em milhões de dólares, foi abandonada. Neste caso, a leitura que os chineses fizeram da imagem do dragão

¹⁰ Liga principal do campeonato de basquete estadunidense.

não é incorreta, como defendia a produção do comercial _ “eles não entenderam”. Os chineses entenderam sim, mas a seu modo próprio, que não é o modo ocidental. Neste caso, o que ficou mais evidente, em consequência do funcionamento da consciência, é que quem dá o sentido final ao símbolo é o espectador, não o criador dele. E não adianta lutar contra esta evidência, porque ela está ontologicamente calcada na essência da consciência: intencionalidade, percepção e concepção.

Os exemplos de frustração dos criadores publicitários não param por aí e a impressão de que os espectadores é que fazem uma leitura errada da peça não se dissipa, porque os publicitários, até mesmo os cientistas, acham que há um paradigma universal regendo ou limitando a leitura dos símbolos. Triste notícia para estes, porque não há um paradigma fora da vontade do espectador, a não ser que o paradigma de leitura esteja revestido de poder, como no exemplo dos sinais de trânsito ou por rituais de adesão coativa, como nas escolas. Embora, é verdade, haja grupos que decidam livremente restringir o campo interpretativo de suas obras. Todavia, para que isso funcione, é preciso que se fechem os grupos, como ocorrem entre grupos de artistas ao criarem seus próprios movimentos estéticos. Um esquema restritivo de leitura de um símbolo qualquer só ganha força deôntica se estiver revestido de poder para tanto ou contar com a livre adesão do espectador, por exemplo, estudantes de medicina buscam por livre vontade conhecer o paradigma objetivo que rege a leitura das imagens radiográficas, das imagens provenientes da aplicação do ultrassom e das imagens provenientes da ressonância magnética. Nestes casos, o domínio restrito sobre o qual foi montado o esquema representativo é livremente aceito pelo grupo. O estudante de medicina não quer que o contraste observado numa chapa radiológica seja lido como uma obra de arte, ao contrário, quer que o contraste diga se há uma massa tumoral ali. O paradigma é aceito por adesão e tem caráter consensual, esquemático; linguístico, não ontológico.

Ampliemos assim os exemplos, não há interesse pela maioria dos estudantes de geografia em questionar a linguagem com que são confeccionados os mapas, por isso um traço curvo representa uma montanha sem maiores problemas, contudo, para os analistas de sistema ou programadores, pode ser mais interessante, ao

projetarem um diagrama para GPS¹¹, substituir o traço curvo por um amontoado de cruzinhas. Essa confusão entre erro e acerto na compreensão de mensagens se dá graças ao desconhecimento sobre a liberdade ontológica da consciência do espectador ao constituir o sentido dos objetos apreendidos. A maioria dos criadores ou usuários de símbolos fia-se numa lógica elementar que não se aplica ao universo dos entes, a lógica é uma linguagem, apenas isto, ela não tem domínio sobre o mundo real, sobre os entes. Por exemplo, imagina-se que, para os símbolos, há uma ordem no mundo deste tipo: A representa B, se e somente B cumprir determinadas exigências... (os critérios podem variar ao infinito, como semelhança da forma, analogia, homologia, convenção etc.). Mas tudo isso acontece no campo do direito, não dos fatos. A proposição mais próxima do funcionamento da consciência relativa aos símbolos seria: A representa B, se e somente se o espectador quiser. Como no exemplo da pedra no meio do caminho do engenheiro, ela representa um obstáculo se o engenheiro quiser, a mesma pedra representa um templo se os moradores do vilarejo quiserem e ela representa um modelo se o pintor assim o quiser.

Na história das artes, temos um exemplo emblemático sobre a liberdade intelectual na constituição dos objetos apreendidos. René Magritte¹², no quadro “Isto não é um Cachimbo” (figura 8), brinca com a noção comum de representação e justamente por isso provocou a curiosidade do filósofo francês Michel Foucault, que, desde o início de seu percurso intelectual, investigava a relação entre discurso e verdade, entre palavra e coisa. Este, de início, levantou as seguintes dúvidas sobre a tela:

[...] há dois cachimbos. Não seria necessário dizer, em vez disso: dois desenhos de um mesmo cachimbo? Ou ainda um cachimbo e seu desenho, ou ainda dois desenhos representando cada um deles um cachimbo, ou ainda dois desenhos dos quais um representa um cachimbo mas o outro não, ou ainda dois desenhos que, nem um nem outro são ou representam cachimbos, ou ainda um desenho representando não um cachimbo, mas um outro desenho que, ele, representa um cachimbo, de tal forma que sou obrigado a perguntar: a que se refere a frase escrita no quadro: Ao desenho, debaixo do qual ela se encontra imediatamente colocada? (FOUCAULT, 2000, p.13).

¹¹ Sigla que se refere ao Sistema Global de Posicionamento por satélite.

¹² René François Ghislain Magritte (Lessines, 21 de Novembro de 1898 — Bruxelas, 15 de Agosto de 1967) foi um dos principais artistas surrealistas.

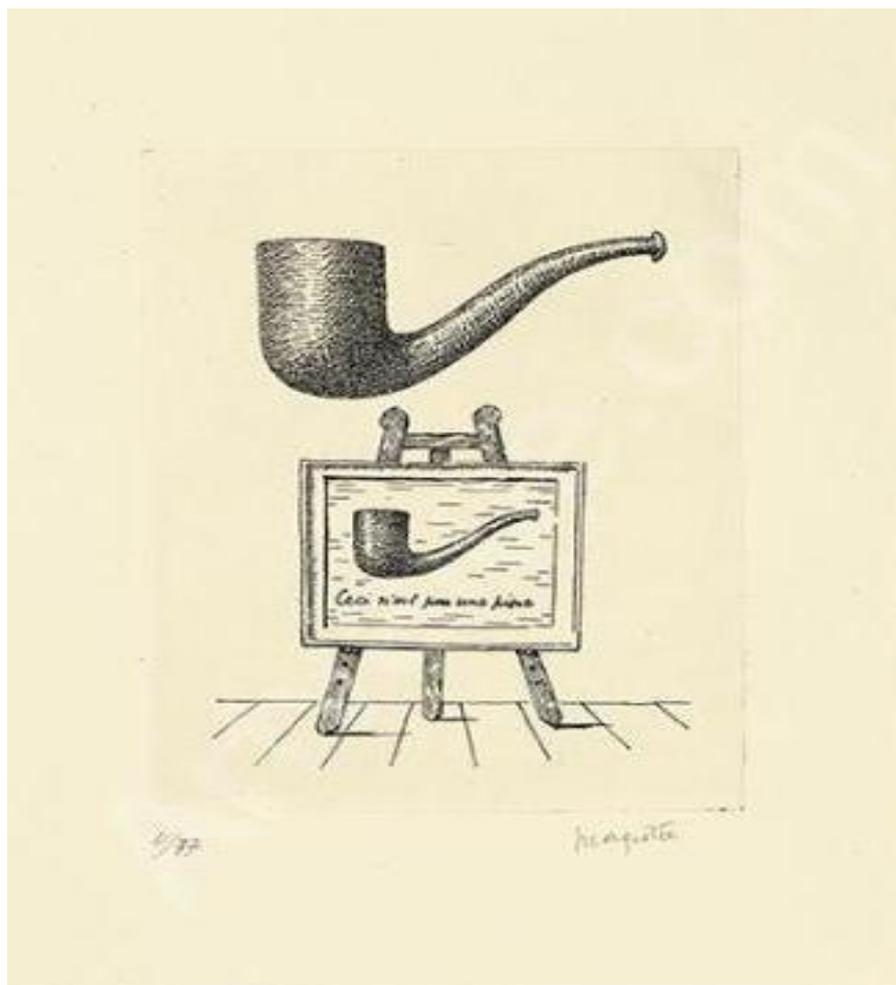


Figura 8

Ora, as perguntas do francês exploram as infinitas formas de abordar a relação de representação, mas todas elas aportadas numa suposta objetividade sobrenatural. Objetividade que não condiz com o funcionamento da consciência, ponto de contato e absorção da realidade. Foucault se esqueceu de perguntar a única questão plausível neste caso: _ para quem? Se o criador lança ao mundo sua mensagem, independentemente do suporte empregado, foto, vídeo, desenho sobre tela ou texto, terá que se contentar com o fato de ela ser digerida pelo espectador, de ela ser ingerida (percepção) e processada (concepção) pelo espectador, e um espectador desconhecido, cuja mente não se tem acesso, como vimos logo atrás. Um objeto, seja ele qual for, só ganha sentido quando iluminado por uma consciência particular e o resultado dessa digestão é por isso mesmo particular, não é universal; é subjetivo, não objetivo, uma vez que a história pessoal, as

experiências pessoais, o modo de raciocínio, os valores, a memória particular do indivíduo fornecerá informações para sintetizar o objeto apreendido. A proximidade ou uniformidade na leitura da tela entre os espectadores só se dará se houver proximidade no modo de vida entre eles. Nos passos de Foucault, as melhores perguntas sobre a tela de Magritte seriam estas: quem está vendo? Um estudante de artes renascentistas? Um filósofo analítico? Um paciente de Oliver Sacks? Um helenista? Quem afinal é o espectador da tela? Será que ele sentiu a necessidade de lê-la através de um sistema restritivo de representação?

Caso haja algum esquema restritivo, que delimite o domínio do símbolo, aí sim temos um desdobramento lógico da representação. Por exemplo, para um estudioso do renascimento que observa as telas do período, logicamente que o círculo amarelo sobre a cabeça do personagem representa uma espécie de sacralidade monoteísta, mas para um adolescente oriental, não significa nada, é só mais um adorno gráfico. Outro exemplo dos dias de hoje, o pesquisador iniciante que quer um título universitário terá o campo representativo dos símbolos restrito. Neste caso, a informação gerada deve, no sentido forte do verbo, estar na língua pátria e, dentro deste domínio, da língua natural, o aluno se polícia então para não negar o que foi afirmado, para não igualar o que é diferente etc., porque o uso da língua para produzir um discurso, diferentemente do uso poético, acata os princípios da lógica elementar: princípio da identidade, princípio da não contradição, princípio da distribuição e todos os demais. Neste exemplo, pode-se dizer que ele aderiu por livre vontade ao sistema imposto. No entanto, em um ambiente livre de restrições, como na apreciação de uma tela, a relatividade e variedade dos esquemas restritivos é infinita, mesmo que para uma determinada cultura seja difícil admitir tamanho grau de liberdade.

Examinemos a leitura da tela surrealista sob a ótica de esquemas contraditórios. Primeiramente, dentro do esquema grego, mais especificamente do período arcaico, no qual seria impensável separar a palavra da coisa nomeada. Neste período mencionado, no qual as vozes poéticas mais proeminentes eram as de Hesíodo e Homero, antes, portanto, do período antropológico da filosofia, a uniformidade dos costumes de uma sociedade agropastoril concedia à palavra força semântica natural, em detrimento do seu caráter consensual (PLATÃO, 2001,

p.146). O nome era, portanto, *numen* (sagrado), ou seja, o nome não só ‘representava’ a coisa nomeada, como a apresentava. O *aedos* (poeta), inspirado pelas musas não dizia, mas cantava com ritmo e rima o nome que apresentava a coisa. A voz da musa, por intermédio do poeta, é *aletheia* (Lethos na mitologia grega é o rio do esquecimento, a negação dele com o prefixo *a* significa lembrança, significa retirada do véu que vela o mundo das aparências; Mnemosyne, traduzida por Memória, é a mãe das musas inspiradoras, que falam através dos poetas). Se este esquema lógico fosse aplicado à compreensão da tela de Magritte, mesmo que o poeta textualmente negasse a presença do cachimbo com o advérbio negativo *ne pas* (não), não lograria sucesso porque a presença do objeto já teria sido invocada pelo nome e, neste esquema arcaico, o nome é *numen*, é essência, é presença, é sagrado. Nenhuma artimanha lógica, que só foi criada com a fragmentação dos costumes pastoris, com a criação da polis grega, _“o ser é, o não ser não é”, alcançaria apagar o que o nome trouxera. Por isso, no esquema aludido, a presença do cachimbo se dá, não por qualquer das duas imagens, não pelo valor sintático ou semântico da expressão, mas do substantivo presente na oração. Para os gregos do período arcaico, a palavra cachimbo foi dita, logo ele está ali, independentemente da vontade de Magritte de negar presença ao objeto: “ele não está ali, não é possível enchê-lo de fumo”.

Por outro lado, se o representante de uma sociedade ideogramática visse a tela de Magritte, também concordaria que ali se encontra, não apenas um, mas dois cachimbos. Neste tipo de sociedade, a imagem (do grego *eidolon*, que vai gerar a palavra ídolo nas línguas modernas; ou *imago*, do latim, que vai gerar a palavra imagem) ‘a-presenta’ a coisa, ‘re-a-presenta’ a coisa, representa a coisa. Isto dada a sacralidade dela, a imagem é, assim, a presença da essência da coisa, que prescinde do ente para *ser*, que prescinde do ente, da coisa tridimensional, para ter sua essência exposta, revelada.

Os dois exemplos de sistemas restritivos do domínio representativo colhidos para fazer a leitura da tela surrealista revelam a pluralidade dos pontos de vista no uso das representações. Isto somente é possível graças à estrutura do funcionamento da consciência, estrutura já exposta neste trabalho. Nela fica claro que é o espectador quem, a partir da percepção da realidade, ajuda a compô-la,

ajuda a constituí-la e o resultado desta composição depende do conteúdo intelectual do espectador, que é sua história de vida. Desta forma, para as indagações de Michel Foucault, não haveria uma resposta absoluta, apenas relativa. Somente a partir da arqueologia do espectador seria possível se aproximar dos valores empregados por ele no momento da leitura do objeto apreendido, no momento da digestão do real. Era sempre nesse sentido que Aristóteles alertava seus alunos sobre a eficácia da retórica: todo bom orador deve conhecer virtudes, emoções, lógica, hábitos e costumes. (ARISTÓTELES, 2011, p.46)

Passemos aos objetos do nosso cotidiano onde isso fica ainda mais evidente. Até o final da década de oitenta, momento histórico em que os mercados eram preponderantemente locais, quando a liberdade de leitura das peças publicitárias era ignorada, isso gerava apenas piadas bem humoradas. Já numa economia global, caso se ignore a particularidade do espectador, o prejuízo das empresas pode chegar aos milhões. Por exemplo, a empresa de bebidas Bacardi, por razões óbvias, aceitou o idioma inglês como o idioma mais universal dentre todos e, a fim de abarcar os mercados até então inexplorados, manteve seu slogan: "*Bacardi, the way it should B*", que se traduziria mais ou menos por 'do jeito que tem de ser'. No entanto, quando a Bacardi quis entrar na Rússia, mantendo o slogan mencionado, esbarrou no entrave seguinte. No idioma russo, o som da pronúncia do b em inglês é o mesmo da palavra prostituta. Desta forma, o sentido do slogan não fora impossibilitado, mas se deturpou com relação à intenção do criador da marca. Os russos, como não tinham nenhuma relação cultural com a empresa, pensaram que a intenção da marca fosse esta mesma, a de vender bebidas para as prostitutas e o sentido local do slogan se equivalia à fala de uma garota de programa mais ou menos assim: 'do jeito que o cliente quer'. O espectador russo não errou o sentido do slogan, apenas interagiu com ele com as informações que dispunha na mente. De nada adianta à empresa vilipendiar a ignorância do público, pois ela não detém nenhum direito sobre a consciência das pessoas. E isto vale para o publicitário, para o artista, para o professor, para os pais etc. O processo de apreensão dos objetos do real segue o roteiro proposto: um objeto é lançado ao mundo com a intenção de capturar o olhar do espectador, depois de olhado, tem que deter este mesmo olhar tempo suficiente para ser visto, uma vez visto e lido terá seu sentido resultante das informações percebidas e das informações concebidas pelo espectador para o

objeto, isto é, gostando disso ou não, o objeto será digerido por um desconhecido. No caso da Bacardi, é verdade que o resultado foi diferente daquele pretendido pelo autor, mas a fonte da frustração não está na suposta ignorância dos russos, mas na ignorância do publicitário sobre a relação ontológica dos objetos apreendidos, que deve considerar principalmente o depósito informacional do espectador para o objeto e não o contrário. Neste caso específico, o desastre se deu pela falta de conhecimento da linguagem coloquial dos russos.

Outro caso interessante, menos desastroso, é verdade, se deu no Brasil com uma empresa fabricante de automóveis. A Kia Motors quis lançar um utilitário mais barato no mercado brasileiro para concorrer com as antigas Kombis. A marca desse utilitário tem origem latina, *Besta*, que ordinariamente significa animal, embora as qualidades animais sejam múltiplas: pujança, força, indomesticabilidade, agilidade, etc. No entanto, no Brasil, o sentido mais indexado ao nome é pejorativo, *besta* é o mesmo que burro, tonto, idiota. A empresa não considerou a liberdade da relação constituinte do espectador com seu objeto e o veículo, que já se encontrava pronto para a comercialização, estampava a marca *Besta*. Abortar o lançamento renderia um prejuízo de milhões de reais e vários dos principais executivos no Brasil seriam sumariamente demitidos. De posse de uma última esperança, pré-testaram o produto. Feito isso, para sorte e surpresa da empresa, o espírito jocosos do brasileiro prevaleceu e o sentido dado à marca foi o seguinte: ‘se o carro é um carro de carga, é um carro para trabalho e em vez de eu estar me divertindo estou transportando alguma coisa, sou mesmo uma *besta*’. O tom jocosos com que a maioria dos consumidores tratou a marca não só não atrapalhou como ajudou na divulgação do produto: ‘é o carro dos *bestas*, daqueles que dão duro e ganham pouco’, ou seja, não houve rejeição ao utilitário, pelo contrário, a marca se espalhou por si e recebeu o estigma de bem humorada.

Fixada a relatividade dos esquemas restritivos de representação dos símbolos, podemos retornar ao estudo comparativo do desempenho persuasivo entre imagens e textos. De antemão, é preciso esclarecer uma espécie de falha ontológica humana. Para isso, retomemos os passos do contato com o real para lembrar que nós só temos acesso ao mundo pela consciência e, uma vez que esta, ao fim de nossa vida, é apagada, cessa nossa relação de sujeitos no mundo e

passamos a ser meramente objetos no mundo, isto é, passamos da atividade vital para a passividade mortal. No entanto, a estrutura que sustenta esta atividade vital, o corpo, precisa do outro para permanecer no tempo, precisa do outro para sobreviver, donde a máxima aristotélica “o homem é um animal social”, ou seja, o médico precisa do padeiro, que precisa do pedreiro, que precisa do lavrador e assim por diante. Do funcionamento intencional da consciência depreende-se que o outro é para nós sempre objeto, porque para ser conhecido tem de ser alvo dela, e este ‘ser alvo’ significa ser sempre uma coisa para a intencionalidade, isto é, o objeto em que ela pousa. Noutros termos, nós nunca temos acesso à consciência do outro como sujeito, só temos acesso à nossa e mesmo assim através das coisas apreendidas. Por exemplo, tenho consciência de uma cadeira junto com a certeza de que ela não sou eu, isto é, descubro a cadeira ao mesmo tempo que descubro, por negação, minha subjetividade. No entanto, sinto que a presença do outro me modifica de um modo que os outros objetos não o fazem. Por exemplo, se me encontro sozinho com a barriga cheia e resolvo liberar os gases que me incomodam, sou consciência desses gases e só, apenas vivo a sensação de alívio. Porém, se neste mesmo ato, percebo que o fiz aos olhos de outra pessoa, deixo de ser meramente consciência-de-gases-liberados-para-meu-alívio para ser consciência-de-vergonha por ter realizado gesto tão vulgar. Em suma, sinto em mim que a presença do outro altera profundamente a apreensão de mim mesmo, de modo que isto não aconteceria se eu liberasse os gases diante de um animal, de uma cadeira ou de uma televisão. Nada nestes objetos alteraria o resultado da apreensão de mim mesmo. Ora, se não tenho acesso à consciência do outro, apenas tenho acesso aos outros como objetos, nunca como sujeitos, como posso explicar a afecção que o outro provoca em mim sem nem ao menos operar um raciocínio analógico? Sim porque no momento em que senti vergonha não operei nenhum raciocínio analógico: “algo me olha, este algo é dotado de consciência tal como a minha, logo ele é capaz de me julgar assim como eu o julgo, por isso sinto vergonha”. Não é bem assim que as coisas se dão. Imediatamente ao olhar do outro, mudo a apreensão de mim mesmo e a esta capacidade de mudar a apreensão de mim mesmo, que só outra consciência possui, denomino empatia imanente. Com isso quero dizer que sinto em mim mesmo a alteração que o olhar do outro provoca, não por ter acesso à sua consciência, mas através da minha própria, que passa a operar de modo diferente

quando sou olhado por outro. Ela é, portanto, uma espécie de presença do ontologicamente ausente.

Dito isto, façamos um pequeno parênteses, e lembremos o que fora exposto anteriormente, de que, a partir das primeiras explorações de campo pela criança, é mais seguro, se levada em conta a chance de se ferir, reconhecer o ambiente à distância. Fato que nos impele desde cedo a valorizar mais a visão em detrimento dos outros sentidos. Segundo ponto importante, nosso foco de atenção, como já fora dito, é de 30° em torno da fóvea¹³, que se move juntamente com o olho de modo incessante e sempre em busca de novas informações a fim de melhor assimilar o entorno. Esse movimento foi descrito como movimento de escaneamento ocular. Por essa razão, nas sociedades de produção, em que as empresas pretendem vender seus produtos em quantidades cada vez maiores, temos um panorama urbano de competição pelo foco de nossos olhares, tal como fora definida a noção de poluição visual: uma batalha ótica a fim de seduzir a maior quantidade de olhares possíveis. O olhar é o primeiro e mais importante contato para que a informação criada pelo emissor seja incorporada e digerida pelo espectador. Conforme definimos a existência humana, a partir da relação entre consciência e realidade, percebemos que pela definição de empatia imanente, que é a sensação em nós mesmos da presença do olhar do outro, sendo que a consciência deste outro é para nós inacessível, inexpugnável, deduzimos que não há outro objeto mais atraente para nós do que a própria figura humana. Portanto, em se tratando de acesso ao mundo subjetivo de desconhecidos, a imagem leva vantagem sobre o texto, porque as informações contidas nela, de partida, prendem mais nossa atenção. É patente que elas despertam mais nossa curiosidade, curiosidade que tem fundamento ontológico, graças àquela espécie de incompletude visceral relativa à consciência do outro, que foi definida logo atrás. Só para relembrar, nascemos sem acesso à consciência do outro, mas sentimos que é esse outro que afeta minha identidade, tal como demonstrado no exemplo da vergonha, por conseguinte, pelo olhar, o que mais nos interessa no mundo é a presença do outro no mesmo cenário que o nosso.

Hitler, ao lado de seu braço direito, Goebbels, que foram os pais da publicidade moderna, já sabia que a figura humana era indispensável à

¹³ Fóvea é a região central da retina do olho humano onde se concentram os cones e onde se forma a imagem.

comunicação. Esse conhecimento intuitivo fica claro ao lermos os registros de suas primeiras impressões, tanto antes de chegar ao poder, quanto com o plano em andamento. Durante a desilusão dos alemães com a situação econômica do país, a principal opção ideológica desse período histórico não era o nazismo, era o comunismo, contra o qual o iminente nacional socialismo se postava. Nesta época, em qualquer vilarejo germânico havia um trabalhador disposto a subir no palanque e explicar a ausência de investimentos por parte dos ricos alemães na própria Alemanha, isto é, em termos de comunicação, o orador comunista empregava seu corpo, incluindo obviamente sua voz inflamada e trejeitos, a fim de atrair a atenção do público, que, por meio daquela empatia imanente, seduzia olhos e ouvidos e realmente convencia as massas da proposta de vida em comum, que era o *leitmotiv* do partido comunista. Este *modus operandi*, com o tempo, superou até mesmo a força persuasiva das mensagens que vinham do principal meio de comunicação da época, o rádio. Apesar de este último ser mais acessível em razão do seu poder de alcance, já que as ondas percorrem vastos territórios através de operações de baixo custo, os oradores de praça ganhavam cada vez mais a atenção da população desesperada. Os nazistas, acompanhando esta estratégia comunista em chamar a atenção do público com a presença física, começaram a perceber que a voz apartada do corpo perdia na disputa pelo foco de atenção da plateia. Perceberam que as pessoas desligavam o rádio de suas casas para ver e ouvir o discurso do orador na praça, que tentava explicar as causas do desemprego, dos lucros exorbitantes das empresas estrangeiras, da inflação etc. Hitler, em seus escritos de memória, antes mesmo de conhecer a força do cinema, percebeu a força do palanque e registrou sua primeira grande preocupação antes de chegar ao poder, qual seja, encontrar grandes oradores: “Eu sei que são conquistadas menos pessoas pela palavra escrita do que pela palavra falada e sei que todos os grandes movimentos da Terra se devem aos grandes oradores e não aos grandes escritores”. (HITLER citado por MANVELL, 1960, p.74).

Com esse breve repasse histórico pela gênese do *mass media*, já podemos esboçar uma gradação relativa à quantidade de espectadores convencidos pelos meios empregados. A palavra escrita, que não tem a figura humana para despertar a empatia natural, consegue chamar a atenção de menos gente, por conseguinte, já pelo acesso às massas, percebe-se que seu potencial persuasivo em relação à

quantidade é menor. Além do mais, seu meio, que são curvas traçadas sobre fundo de cor diferente, necessita do esforço intelectual do espectador para constituir o sentido da mensagem. Esforço este que, em geral, o público não está disposto a gastar, o que restringe mais ainda seu efeito persuasivo. Já a linguagem falada sem imagem, como no rádio, tem o acesso aos sentidos do espectador facilitado, porque praticamente não exige esforço constituinte do espectador ouvinte, basta que ele seja minimamente instruído no instrumento oral, isto é, dominar o idioma e gozar de saúde para constituir o sentido da mensagem. No entanto, este meio não dispõe imediatamente da figura humana e por isso mesmo perde na disputa pelo foco de atenção da massa se comparado ao púlpito. Este último, apesar de ser acessível a poucas porções por vez, grosso modo, um orador fala para no máximo 200 pessoas em uma cidade pequena, ganha ao prender mais a atenção do público, logo, de início, é mais eficiente. O orador diante da plateia, antes do aprimoramento técnico da imagem em movimento, foi a grande ferramenta de Hitler na arregimentação dos alemães indecisos e descontentes. O discurso pessoal, associado às lições da retórica, que não se importa com a verdade, mas com a mobilização da emoção do espectador, foi sem dúvida o grande suporte do nazismo iminente e a grande escola de comunicação da cúpula que futuramente iria dominar o Partido Nacional Socialista: “Estas reuniões permitiram-me tornar-me a pouco e pouco orador de tribuna em comícios, e ensinaram-me praticamente o *pathos* e os gestos exigidos nas grandes salas, que levam milhares de pessoas”. (idem, p.75). Como bom retórico, inspirado nos personagens wagnerianos, especificamente nos grandes tenores, Hitler avaliava seu desempenho e o modificava conforme o andamento da fala, manobra impossível tanto para o escritor, quanto para o locutor de rádio, que estão fisicamente distantes do seu público e esta é outra vantagem baseada na empatia imanente da figura humana.

Com a evolução técnica da imagem em movimento, esta superou os outros canais de informação, inclusive o púlpito, dotado do privilégio da presença física do orador, e passou a ser a predileta na divulgação massiva das mensagens, não só aos nazistas, não só aos bolcheviques, como para toda a publicidade dali por diante. A imagem em movimento, já sonorizada, alcança representar com mais verossimilhança a figura humana, vejam bem que o público não busca a verdade, contenta-se com a verossimilhança. A imagem em movimento sonorizada une a

vantagem do discurso pessoal, obviamente através de uma ilusão de presença, com o amplo alcance do rádio. E quanto maior o grau de realidade desta nova forma de imagem, isto é, quanto maior o aprimoramento técnico da imagem em movimento, maior é nossa curiosidade em relação a ela.

O que denomino grau de realidade é o menor esforço exigido ao movimento de concepção para sintetizar o objeto apreendido. Só para ilustrar: da caricatura, passando pelo desenho, pela fotografia, pelo vídeo até o holograma (caso este se aprimore), temos uma gradação no grau de realidade na capacidade de representação do referente. O grau de realidade é a maior proximidade com o movimento direto da percepção dos ambientes pelos olhos. É verdade que esse gradiente de realidade não é um paradigma absoluto, já que a imagem sequenciada, que hoje talvez seja considerada a de maior grau de realidade, já que a projeção tridimensional ainda está em processo germinal, foi vagarosamente ensinada ao espectador, como bem nos lembra Carrière acerca do início do cinema:

Naquelas mesmas terras africanas, nos primórdios do cinema, quando os espectadores menos intransigentes abriam realmente os olhos para o novo espetáculo, mal podiam compreendê-lo. Mesmo quando reconheciam algumas das imagens de outro lugar _ um carro, um homem, uma mulher, um cavalo _ não chegavam a associá-las entre si. A ação e a história os deixavam confusos. Com uma cultura baseada em rica e vigorosa tradição oral, não conseguiam se adaptar àquela sucessão de imagens silenciosas, o oposto absoluto daquilo a que estavam acostumados. Ficavam atordoados. Ao lado da tela, durante todo o filme, tinha que permanecer um homem para explicar o que acontecia. Luis Buñuel ainda conheceu esse costume (que subsistia na África na década de 1950) em sua infância na Espanha, em torno de 1908 ou 1910. De pé, com um longo bastão, o homem apontava os personagens na tela e explicava o que eles estavam fazendo. Era chamado explicador. Desapareceu _ pelo menos na Espanha _ por volta de 1920". (CARRIERE, 2006, p.15).

Uma vez que a imagem sequenciada fora incorporada aos costumes, com a aposentadoria do explicador, por exemplo, quando aprendemos que uma cabeça crescendo na tela se equivalia à aproximação do objeto ao olho imaginário, que por empatia representa nosso olho, o grau de realidade deste suporte imagético ganhou cada vez mais força. Por este motivo, neste formato, ela leva vantagem em seu processo de subjetivação, graças a sua maior facilidade em representar, não só a figura humana propriamente dita, como todos os objetos culturais correlatos:

poltrona, óculos, cachimbo, tapete, casa etc. A imagem hoje em dia dá, com um mínimo esforço criador por parte do espectador, o correlato da figura real, ou seja, ela apresenta o objeto real sem que o espectador tenha de buscar muitas informações em seu campo de memória para sintetizá-la.

Mas alguém pode redarguir, uma imagem é sempre irreal, já que é, na maioria das vezes, bidimensional e a realidade humana é tridimensional. É verdade, a imagem é bidimensional, mas para apreendê-la como ilusória, como simulacro, como falsificação do real é preciso uma operação de reflexão e julgamento, operação que demanda um esforço psíquico que a maioria dos espectadores, seja por cansaço causado pela avalanche de novos estímulos, seja por desinteresse, seja por credulidade ou ignorância, não está disposta a gastar, tal como não está disposta a gastar na leitura, que também demanda esforço constituinte.

Somente uma pequena parcela instruída da população, depois das suspeitas de Platão, de que o mundo das opiniões é falso, de que não passa de sombras na parede da caverna; depois das denúncias de Rousseau, de que há uma distância moral entre a essência e a aparência da ação humana; depois das denúncias de Marx, de que a imagem da mercadoria esconde como por feitiço o trabalho gasto na sua produção; depois das denúncias de Debord, de que o controle da mesma imagem, que esconde a relação dela com o trabalho gasto na produção, permite o controle das relações sociais, um pequeno grupo entre os espectadores aprendeu a sempre colocar em crise as informações circulantes na sociedade. Isto é, um pequeno grupo de intelectuais, estudantes, universitários e consumidores enganados incorporou o exercício de crítica ao modo de apreender a realidade. Pequenos grupos aprenderam a sempre desconfiar de todo tipo de símbolo, incluindo as imagens, por mais reais que pareçam. E esta desconfiança não é exagerada, porque as imagens do mundo são, em sua vastíssima maioria, geradas a partir de encenações: um filme publicitário tem roteiro, as falas são encenadas, o corpo do ator é preparado, o produto ingerido por ele na hora da gravação não é o refrigerante do patrocinador etc. Contudo, esses grupos que incorporaram a ação de crítica ao dia-a-dia são uma minoria praticamente insignificante se comparada ao restante da população de qualquer lugar. A grande massa não pretende, não quer exercer a crítica sobre o real, como já adivinhava Hitler: (ibidem, p.74) "(...) a

propaganda não se aplica aos intelectuais; destina-se às massas, como um cartaz ou um aviso (...). As faculdades receptivas das massas são muito restritas e o seu raciocínio é débil. Por outro lado, esquecem rapidamente o que se lhe diz. (...) Estes *slogans* devem ser repetidos persistentemente”.

Alguém pode discordar do gradiente de realidade da imagem em movimento exposto logo atrás alegando que o fotojornalismo, que trabalha com imagens fixas, é mais fiável do que as imagens móveis. Ora, ainda que as imagens desta categoria sejam formadas a partir do real e não de uma cena montada, elas são um recorte intencional do cenário e este recorte já contextualiza a imagem conforme a vontade do autor, não sendo, desta forma, isenta ou totalmente objetiva como se imagina. Um exemplo marcante de como a imagem fixa, aparentemente realista, também pode ser distorcida fora bem lembrado por Manguel, apesar de ter sido colhido de um texto ficcional:

(...) Mostrava um jovem negro, apenas a cabeça e os ombros, uma camiseta esportiva com uma frase publicitária, um corpo atlético, uma expressão de grande esforço no rosto, os braços erguidos num gesto de vitória; com toda a evidência, ele estaria, por exemplo, rompendo a fita de chegada com o peito após correr cem metros. [...] À esquerda, há um policial vestido como um marciano, um capacete de plástico duro sobre o rosto, botas de cano alto, um fuzil apoiado no ombro, o olhar ameaçador por baixo da sua viseira ameaçadora. Está atirando no negro. E o negro foge com os braços levantados, mas já está morto. (MANGUEL, 2009, p.93)

De volta ao exercício de crítica, em termos de quantidade, somente a minoria emprega o conhecimento para desconfiar dos símbolos, a maior parte da população apreende as imagens, mesmo sabendo tratar-se de ilusão, já que são bidimensionais, como uma cena tridimensional, já que para desfazer tal ilusão teria que colocar a imagem em crise, ou seja, fazer um esforço de reflexão: percebo, sei que percebo, julgo o percebido, passos que não são seguidos normalmente, afora por aquela parcela mínima influenciada direta ou indiretamente pelos pensadores citados anteriormente.

A informação textual não desperta tanto a atenção da maioria porque seu aspecto não entrega de pronto, sem muito esforço de concepção, a figura humana e seus correlatos. Nestes termos ela é mais pobre em informação chamariz e isto

pode ser verificado pelo diagrama correspondente ao movimento ocular de quem lê, comparado ao de quem vê o retrato de uma pessoa, de uma cena etc. Os movimentos neste segundo caso demoram mais a se estabilizar, mostrando que estão mais ávidos por informação, já o texto é lido de relance, como já demonstrado pela Gestalt. No entanto, o texto desperta mais a atenção de um subgrupo dentro da faixa de espectadores adultos, que já passaram pela experiência de formalização da vida. Para esse subgrupo, as informações importantes que regem a vida são formalizadas: o exemplo maior são os documentos, os registros etc. cujo representante mais emblemático é a assinatura. Quando se fornece informação textual, a maioria dos espectadores sequer olha para ela, dos que olham, só alguns se dispõem a ler, porém, os que leem interagem de forma mais aprofundada e graças a isso o texto pode, se quiser, veicular informações mais complexas. O texto, a princípio, são linhas pouco coloridas sobre um fundo que as faça destacar dele e só. Num ambiente de competição pela atenção do espectador, ele é menos chamativo, salvo raras exceções em que todo o ambiente se escurece e passa a funcionar como fundo e as letras passariam a se destacar acima do normal se grafadas com neon ou laser, por exemplo, um letreiro numa rua pouco povoada e pouco iluminada. Porém, isso representa um caso muito específico, distante da maioria dos formatos encontrados. Espectadores dentro do perfil aludido aprenderam que as informações mais importantes para a vida vêm de forma textual, que é a forma preponderante dos contratos e documentos, ou seja, para o grande público, o texto é menos chamativo. Para um público mais restrito, na faixa etária dos adultos, é vantajoso ao emissor elaborar a mensagem neste formato se quiser atingi-lo com uma mensagem mais elaborada, que requer mais tempo para ser assimilada.

Esclarecida a vantagem inicial da imagem sobre o texto com base na empatia imanente das consciências, podemos esclarecer agora a fonte de seu poder persuasivo. De retorno ao gradiente de realidade das imagens, percebemos que quanto maior for, isto é, quanto mais próximo de mostrar o mesmo que o olho naturalmente vê, mais chama a atenção, em quantidade, obviamente, do público ao qual se destina. Para isto são empregadas técnicas de movimentação de câmera simulando o movimento de escaneamento ocular, para isso é empregada a perspectiva para criar a ilusão tridimensional, já utilizada desde a antiguidade e

aperfeiçoada no Renascimento. Mais ainda, emprega-se iluminação especial, que abstrai as cores da cena para que se aproximem da realidade no momento da projeção, maquiagem-se os atores e usam todo tipo de parafernália técnica disponível. Tudo isto para aproveitar a empatia imanente e criar um vínculo entre a tela exibida e o olhar do espectador. Uma vez que a técnica utilizada na projeção da imagem não provoque a quebra desta ilusão, por exemplo, um filme com imagem muito borrada, uma imagem muito pontilhada, um desenho, cujas cores se distanciam do real, uma caricatura, cujos traços se distanciam do real, a imagem é sintetizada com o menor esforço de concepção do espectador, isto é, ele precisa de menos esforço intelectual para dar sentido ao que fora visto. A cena neste caso, por exemplo, uma peça publicitária, é apreendida e funciona como uma afecção qualquer das cenas do cotidiano: um homem passa de carro e vê no outdoor um atleta ingerindo um refrigerante. O espectador, em geral, não questiona a imagem, pois isto demandaria uma reflexão, um esforço intelectual que ele não está disposto a gastar, pois de fato o que ele viu foi um ator, geralmente uma atleta com dieta frugal, ingerindo um líquido que se parece com o refrigerante do anunciante, mas que em geral é água corada. Ora, no momento da apreensão desta imagem mencionada, por razões múltiplas, o espectador acata a cena mostrada e a incorpora ou a ingere tal como fora exposta. A memória assimila: 'passei por um atleta ingerindo Coca-Cola'. Esta afecção imagética, que fora mais ingerida do que digerida, já que na apreensão do objeto exposto a percepção participou mais do que a concepção, passa a fazer parte do imaginário do espectador, passa a fazer parte da memória do espectador, passa a fazer parte de sua subjetividade, de sua identidade. Assim, a imagem sem crítica consegue se passar por um cenário real apreendido. E vimos anteriormente que o imaginário ou memória não é um depósito de coisas, é a habilidade de, a partir do que passou pela vida, representar o mundo no presente.

Ora, mas alguém poderia me replicar: "se sequer me lembro dos rostos e nomes das pessoas que estudaram comigo, com as quais convivi durante anos, a relevância das imagens que passam por nós no dia-a-dia é ínfima, principalmente as da publicidade". Por isto, para ampliar o efeito persuasivo das imagens, o sentido da necessidade humana sugerido nas cenas publicitárias está indexado às necessidades básicas: fome, sede, libido, saudade, felicidade, companhia etc. Além desta estratégia desviante, o estímulo é planejadamente ininterrupto e sempre

renovado, tal como Hitler havia descoberto. Ininterrupto para não cair no esquecimento e renovado para que não se desgaste, perdendo sua qualidade de novidade visual, perdendo, digamos assim, competitividade na disputa pelo campo perceptivo da plateia. Um produto só sobrevive se for lembrado sempre, este é o lema da publicidade. Além disso, um publicitário não anuncia um refrigerante, ele anuncia soluções para a beleza, para a sede, para a vitalidade, para a longevidade, para o sucesso, para a fama, para a força, para a velocidade etc., ou seja, atrela ao produto qualidades que simulam atender demandas psicofisiológicas comuns a todos nós. Desta forma, quando alguém sente sede, aceita tranquilamente aplacá-la com refrigerantes, com cervejas, com energéticos e similares. Produtos que não mantêm nenhum lastro real com a satisfação do desejo natural. Por exemplo, sabidamente que toda bebida alcoólica mais retira água do organismo do que a repõe. A ressaca nada mais é do que sintoma de desidratação. O mesmo vale para as bebidas com alto teor de cafeína: refrigerante, energéticos e tais, pois a cafeína é diurética. Contudo, no imaginário do espectador, em sua capacidade de representar o real, há a imagem de atletas matando a sede com cerveja. O constante estímulo neste sentido gera uma familiaridade na mente do espectador, esta familiaridade está baseada numa encenação, num espetáculo, num simulacro e é apenas questionável com algum esforço intelectual, com o esforço de colocar a imagem em crise, com o uso do senso crítico, o que não acontece normalmente. E acontece menos ainda quanto maior é a velocidade e frequência dos estímulos destinados aos sentidos, quanto maior é a velocidade de nosso cotidiano. Pensemos em um sujeito que sai de casa de carro para o trabalho: ele dirige, fala ao celular com a esposa, na tela do celular aparecem pop-ups¹⁴ oferecendo um financiamento, ao lado da pista há outdoors com mulheres seminuas, panfletos de casas de massagem, adesivos com comida, na roupa das pessoas também há anúncios, a fachada das lojas têm letreiros, nas vitrines há televisores ligados etc. Para preservar a saúde mental ante tantos estímulos, naturalmente estressantes, é preciso selecionar quais deles merecem reflexão: percebo, sintetizo, conheço, julgo e sei que julgo. Para a autopreservação, a maioria deles é apreendido sem crítica e uma vez que são ingeridos, passam a fazer parte do campo mnemônico do espectador. E é este campo o fornecedor das informações para representar o real.

¹⁴ Janelas no painel de navegação virtual que surgem repentinamente anunciando um produto.

Eis o paradoxo: imagens que foram geradas a partir de encenações, geradas a partir de simulacros, servirão de manancial para a representação do real. E o estímulo constante, que dispensa a crítica, alcança gerar certa familiaridade no indivíduo, e desta forma o simulacro passa a também dizer ao espectador como é o mundo, ou seja, familiariza o mundo sobre uma base mítica: é saudável se alimentar de sanduíche; é rentável colocar o dinheiro no banco; é normal vestir terno no calor; é normal matar a sede com cerveja, refrigerante e energético; é normal comer margarina para deixar nossa família mais feliz, e muitos outros paradoxos. A carga persuasiva deste oximoro ganha mais força ainda em razão de nossas aptidões cognitivas naturais. O que se verá adiante.

IMITAÇÃO

Desde a infância, conforme estudos de Piaget, empregamos a imitação de um modelo presente aos sentidos como estratégia para elaborar nossos esquemas representativos futuros, nos quais o modelo se ausenta. A demonstração é relativamente simples. Se nos aproximamos de uma criança de mais ou menos nove meses de idade, parando diante de seu campo visual, abrindo e fechando a boca de forma exagerada, percebemos que ela nos imita. Se no segundo dia repetimos a experiência, ela também nos imita, mas no terceiro e quarto dias, se em vez de abrímos e fecharmos a boca, abrímos e fechamos exageradamente os olhos, ela passa a cometer alguns erros e misturar os dois modelos de ação. Nos dois primeiros dias ela nos acompanha por imitação imediata do modelo presente, passado algum tempo, ao ver alguém abrindo e fechando os olhos ela abre e fecha a boca. O erro é só aparente, porque, de fato, ela passa a operar um esquema representativo que ela mesma criou para si, esquema que inclui a compreensão parcial do que seja abrir e fechar qualquer coisa que seja, independentemente de ser o olho, a boca ou a mão. Este é o indício de que ela usa a imitação para configurar seus esquemas de representação.

Nos outros animais também há indícios do uso da imitação para a representação, como nas aves, nos primatas etc. Por exemplo, se algum primata vê

o homem ou outro símio empregando uma pedra para abrir coco, ele também assimila os gestos vistos e consegue também usar a pedra como ferramenta. Por outro lado, se um chimpanzé vê uma mulher lavando louças, também é capaz de levar o prato até o curso da água, esfregá-lo com a bucha e depositá-lo sobre a mesa. A diferença entre a imitação humana e a imitação animal é que a capacidade de conceber informações deste último é ínfima, e o chimpanzé, no exemplo anterior, depõe os pratos sobre a mesa ainda sujos, porque ele só alcança imitar o gestual humano, não consegue conceber a finalidade projetada pela mulher ao esfregar o prato com sabão e água, que é uma operação complexa, diferente de se abrir coco. No máximo ele consegue antecipar operações simplórias, como apanhar um objeto com vara, usar degrau para colher frutos etc.. Já os humanos percebem o gestual, imitam-no de imediato e com isso começam a elaborar seus próprios esquemas, de forma cada vez mais complexa. Os novos esquemas começam a ficar cada vez mais afastados do modelo imediato, cada vez mais abstratos. A imitação do modelo presente, em que a pessoa se encontra diante do espectador, começa a ceder lugar às operações realmente abstratas, entre elas encontra-se a associação entre causa e efeito. Este é o caso da criança que entende o sentido de abrir e fechar, e com o tempo aprende seu uso e o aplica a outros objetos, a outras condições e assim por diante. Esta estratégia mimética não é uma etapa primitiva que se vê ultrapassada e esquecida com o amadurecimento intelectual. Ao contrário, ela continua presente quando adultos, ao lado de outras operações mais complexas, servindo como modo de agilizar a familiaridade com o mundo. Para que isso fique mais evidente, basta entender a diferença entre assistir a uma aula de dança, de aeróbica ou de artes, em que a imitação do modelo presente é obviamente mais eficaz, e assistir a uma aula de filosofia, em que a mimese não funciona, dada a exigência de ter que absorver e compreender conceitos complexos. O estudante que emprega a mimese na aula de filosofia sai ignorante e fumando cachimbo com ares graves; já o aluno que emprega a associação de informações complexas na aula de aeróbica tropeça e cai.

Ora, de tudo o que fora posto, vimos que a imitação de modelos faz parte do processo cognitivo humano em todas as etapas da vida. E onde estão estes modelos para os adultos com uma memória já robusta? Eles podem estar no ambiente, ingeridos por nosso aparato sensorial, obtidos pela percepção ou podem estar no passado, na forma de memória, obtidos ou atualizados pela concepção.

Deste modo, toda imagem digerida, ainda que baseada num simulacro, ainda que baseada numa encenação, se não passa por um processo de crítica, pode servir de modelo a ser imitado a fim de agilizar aquela familiaridade com o mundo, cuja necessidade é mais evidente nas crianças. Ora, se as imagens veiculadas são atreladas às necessidades básicas psicofisiológicas, obviamente que requerem velocidade em sua satisfação e com isso favorecem estas imagens assimiladas, que são baseadas num simulacro, a fornecerem modelos de ação para o espectador, ao tentar satisfazer seus desejos da forma mais rápida possível. Esta é a raiz para entender a multiplicação dos fetiches na sociedade de consumo. Por exemplo, o sujeito quer ser belo, adquire um automóvel cujo comercial mostra a coisa sendo admirada pela beleza da lataria. O sujeito quer saúde, ingere o mesmo refrigerante que o campeão mundial de luta lhe oferece no vídeo; quer felicidade, ingere a margarina da marca tal; quer ser atraente, bebe o uísque do galã da novela; quer velocidade, em vez de ir para a academia melhorar sua capacidade aeróbica, compra a moto cujos faróis lembram um felino e assim por diante. Praticamente todos os atributos humanos são alienados aos objetos e o homem comum, que chega ao consultório médico com múltiplos sintomas de decrepitude precoce, se assusta quando ouve que a flacidez abdominal lhe dá dor nas costas; que seu açúcar acima do normal lhe causou diabetes; que a gordura do sangue pode matá-lo a qualquer instante etc. Ora, o choque é causado pela relação fetichizada com a realidade, porque para o imaginário do espectador isto é um absurdo, já que ele aparentemente tem os mesmos hábitos do campeão mundial de boxe, do modelo da moto e do atleta do refrigerante. Raramente, sem ajuda, ele alcança entender que aquelas imagens foram ingeridas sem crítica. O que se tem por certo é que de uma maneira ou de outra elas fazem parte de sua memória, que é sua fonte para conceber informações a fim de familiarizar-se com os objetos apreendidos; que serve de modelo mimético para satisfazer suas necessidades vitais. O maior poder persuasivo das imagens reside precisamente nisto, em fazer parte do imaginário do espectador sem alardear seu senso crítico, fornecendo modelos de ação para solucionar problemas do cotidiano. A insistência com que são joradas diante de nosso aparato sensorial, o primor técnico com que representam o real e a velocidade com que se renovam, somados ao sedentarismo intelectual, são atributos da imagem que conseguem inibir mais e mais a capacidade crítica dos

espectadores, a ponto de familiarizar todo tipo de absurdo. Não nos esquecemos de que pessoas comuns, que tinham a vida como valor absoluto, em meio à histeria nazista, deram carta branca aos agentes da SS para matar à luz do dia.

No entanto, alguém pode tentar refutar a hipótese alegando que os textos funcionariam basicamente da mesma forma, até mesmo com a intenção de iludir, bastando para tanto emitir informações cuja falsidade não fosse tão aparente, como nos discursos retóricos, demagógicos ou persistentes. Ora, lembremos que para se constituir o sentido da imagem é preciso muito pouco esforço conceutivo, porque todo o objeto é praticamente dado inteiro por meio da percepção: som, figura, contraste, cor, textura, distância, profundidade etc. Mais ainda, com a crescente evolução técnica dos suportes emissores, a ingestão deste objeto torna-se mais e mais sutil, por driblar o senso crítico dos espectadores cada vez mais cansados de tanto estímulo, cada vez mais cansados da velocidade do cotidiano. Além do mais, as imagens, uma vez ingeridas pelo espectador, fornecem modelos de ação prontos para serem imitados. E este é um fator poderoso no efeito persuasivo causado pela imagem.

Já o texto, para convencer alguém, deve fornecer fundamentos para uma crença, pois as pessoas agem, primeiramente, com base nos modelos de ação adquiridos, como vimos no exemplo das imagens. Mas há aqueles que percebem o caráter ilusório delas e dentre estes, caso haja algum que tenha mudado seu comportamento com base numa informação textual, é porque acreditou nela. Por exemplo, se, em princípio, não queria votar em ninguém, mas depois de ler a proposta dos candidatos, mudei de opinião votando em ciclano, é porque acreditei ser esta a melhor escolha. Algo no texto me influenciou. Ora, acreditar é dar assentimento e só se dá assentimento àquilo que se acredita ser verdadeiro. Para tanto, o texto deve ser o mais próximo do formato proposicional, a fim de restringir o campo representativo do sistema a ser empregado pelo espectador na passagem do texto visto para o texto lido. Apenas as convicções geram crenças e para que uma convicção seja formada a partir de uma informação ela deve ser aprovada pelo juízo do espectador. Sendo assim, quem emprega o meio textual para interagir com o espectador deve cumprir a promessa contida na mensagem, caso contrário será rejeitado pelo julgamento. Noutros termos, quando se entrega uma mensagem

textual ao espectador, no momento da constituição do sentido, para convencê-lo, a mensagem deve ser a mais proposicional possível, mas o efeito colateral deste formato é que no imediato momento em que o sentido da mensagem é constituído, ela, por inteiro, em razão de seu formato, passa a ser réu, isto é, permite o julgamento por parte do espectador, permite sua avaliação entre verdadeira ou falsa. Isto funciona assim porque a cultura ocidental, a partir da passagem da vida agropastoril para a vida na pólis grega, abandonou a narrativa como fonte certa de conhecimento e adotou a apofântica aristotélica como modelo de pensamento. Este modelo é um modelo binário do tipo: sim ou não; verdadeiro ou falso; preto ou branco, modelo que exclui da produção de conhecimento, sendo este o fundamento das crenças, expressões não apofânticas do tipo: quero chocolate, pegue pra mim, saia daqui etc. Nesta cultura, que é a nossa, para uma mensagem que pretenda fundamentar uma crença e influenciar o comportamento de um desconhecido, só se admitem duas opções excludentes, ser verdadeira ou ser falsa. Desta forma, o emissor tem a opção de entregar ao espectador, para fugir deste tribunal crítico, uma mensagem textual generalista, que se afasta do caráter proposicional, por exemplo: “Coca-cola é isso aí; Não esqueça minha Caloi; Abuse e use C&A; Dê férias para seus pés (Rider); Deu duro, tome Dreher; Põe na Consul; O caldo nobre da galinha azul (Maggi); Venha para onde está o sabor (Marlboro); As amarelinhas (Ray-o-Vac); Abra a boca é Royal; Desperte o tigre em você (Sucrilhos)”. Em contrapartida, como a informação é tão generalizada a ponto de não ser apta a ser julgada, não consegue fundar uma crença, por conseguinte, seu efeito persuasivo é menor, salvo se for combinada com outro suporte informacional. Se ela for mais específica, mais proposicional, subsume-se à apofântica aristotélica e será, por sua constituição, julgada verdadeira ou falsa tais como: “Você é a Alemanha (Nazismo); Fazendo sua vida mais doce (União); Coca-cola dá mais vida; Se é Bayer, é bom; Tem 1001 utilidades (Bombril); É impossível comer um só (Cheetos); Se a marca é Cica, bons produtos indica; Sorriso saudável. Sorriso Colgate; Vale por um bifinho (Danone)”.

Nestes casos, quando a mensagem é despejada, em se tratando de quantidade, o caráter persuasivo é menor se se levar em conta o risco da mensagem ser julgada falsa, mas é maior se, por exemplo, uma empresa tiver certeza de que pode cumprir a promessa veiculada. Quando uma mensagem textual

é julgada falsa, o efeito é tão negativo a ponto de imediatamente ser incluída no anedotário popular. Um exemplo cabal disso foi o slogan do regime militar de 1964, que foi retirado de uma musiqueta da época: “Este é um país que vai pra frente”. O slogan foi posto em circulação num período em que a política era pautada pela corrupção, tortura, desvio de verba, malversação do erário, sonegação, miséria moral etc., o slogan obviamente produziu um efeito cômico que quase rendeu ao ator Renato Aragão a prisão por cantá-lo caminhando para trás. Apenas para efeito comparativo, em que o espectador julgou verdadeiro o slogan e com isso fundou uma crença, foi a frase veiculada durante a fase final do nazismo: “Capitular, jamais!”. Antes da rendição do exército alemão, seus soldados urravam o bordão, movidos por uma fé quase patológica, lutando até à morte, mesmo debilitados pela fome.

No caso de um julgamento favorável da mensagem veiculada, o grau de adesão é mais profundo se comparado ao das imagens, porque consegue fundar uma crença. O efeito desta última influencia por mais tempo a ação do espectador se comparado ao efeito passageiro da ação baseada em modelos prontos da memória. Além disso, uma vez que se crê na mensagem a ponto incorporá-la ao repertório pessoal, o espectador passa ser um replicante da mensagem, isto é, pode reproduzi-la e repassá-la consciente ou inconscientemente para outros espectadores, gerando com isso valor social. Com as imagens isto acontece em menor proporção, porque só recentemente, com a melhoria dos recursos da informática, o espectador pôde manipular as imagens veiculadas pela imprensa. Notam-se, ainda em fase germinal, fóruns nos quais os espectadores reproduzem e discutem os comerciais da televisão. Mesmo assim, as imagens dependem da constância e da atratividade do estímulo, isto é, a imagem deve sempre ser lembrada ao espectador para que sustente seus efeitos.

Para que a diferença persuasiva entre texto e imagem fique mais clara, passemos em revista um exemplo concreto, a saber, a disputa no campo da publicidade ocorrida entre dois dos maiores bancos brasileiros. As estratégias de divulgação empregadas foram opostas e mesmo assim, por incrível que pareça, já

que os serviços bancários são nivelados por baixo, há anos são, segundo os dados do PROCON¹⁵, os campeões em reclamação, foram bem sucedidas. Vamos a ela.

Graças à burocracia brasileira, notou-se que os clientes de banco, mesmo insatisfeitos com a empresa, não mudavam sua conta para o concorrente, porque não acreditavam na melhoria da situação nem queriam assinar mais um sem número de documentos. Deu-se início então, entre as décadas de 1980 e 1990, a uma disputa por novos correntistas, que faziam parte da nova geração, já que os antigos não trocavam de banco. A estratégia do Itaú foi apostar na mudança radical dos elementos visuais identificantes, incluindo o semblante principal de toda empresa, que é a logomarca. A razão disto é que o conjunto representativo de cores da empresa, criado na década de 70 pela agência de publicidade DPZ, tornou-se insuficiente para atrair o novo segmento do mercado. Numa sociedade cristianizada, em que a virtude é confundida com a deploração do corpo, com a sisudez, com o sofrimento e a austeridade, as cores que ilustram essa disposição do corpo são as do inverno, onde o ambiente é visto em tons que revelam a ausência de luz, isto é, em preto e cinza. Para transmitir o correlato de seriedade e segurança, seguindo esta lógica, Petit fez o óbvio, criou a logomarca abaixo (figura 9):



Figura 9

¹⁵ Fundação de Proteção e Defesa do Consumidor

No entanto, o período citado foi marcado pela expansão da informática, da sofisticação dos materiais eletrônicos e do maior deslocamento humano em razão destas melhorias. Ora e quem configurava este perfil? Os jovens que passaram a praticar esportes radicais: foram criados barcos mais resistentes para enfrentar as corredeiras do interior, novas cordas e ganchos para escalar as cachoeiras, novas asas para saltar de pedras, novos materiais incrementaram o ciclismo de montanha, o *bung jump*, o rapel nas encostas e o surfe em mares mais hostis. Estes jovens que incrementaram seu deslocamento graças às novas tecnologias de materiais, precisavam realizar movimentações financeiras em lugares remotos e estes mesmos jovens eram interessantes ao mercado porque representavam o futuro das profissões liberais, isto é, seriam clientes bem lucrativos ao longo de toda a vida. A estratégia do Itaú para entrar no campo perceptivo deste grupo foi através da ambientação por meio das cores. Não custa lembrar novamente o esquema criado anteriormente: se alguém quiser se comunicar deve lembrar que este outro é um desconhecido, toda informação despejada terá que ser percebida por este desconhecido e será digerida por cada uma dos espectadores particularmente a partir daquilo que cada um tem em mente. Desta forma, a forma menos arriscada para acertar o alvo é através de imagens, ainda assim, corre-se o risco de elas serem sintetizadas com um sentido diverso do pretendido pelo autor, logo o menos arriscado ainda é torná-la o mais universal possível. Ora, dentro do público alvo, formado por jovens, pode-se traçar um perfil mais abrangente a partir de caracteres fisiológicos, isto é, levando-se em conta que são um grupo irrequieto, que valoriza o movimento, a aventura, a pujança do corpo, a velocidade, a força etc. Esboçado tal perfil e conhecendo os valores da nossa sociedade, pode-se arriscar refletir tal perfil através das cores do verão, que são cores vivas, de muita luz, porque essa geração não valoriza a segurança e sim o desafio. Acertadamente, o Itaú não só recriou a logomarca como também adotou as novas cores para todo o tipo de comunicação. Empregou o slogan generalista: “Itaú, feito pra você” e apostou na ambientação, que é o elemento compartilhado por todos da mesma região entre os trópicos. Estratégia que lhe rendeu, dentre outros fatores, obviamente, após a fusão com o Unibanco, o status de maior banco privado do país. As cores de inverno foram substituídas pelo laranja, amarelo e azul e o corpo da escrita mudou para Helvética Medium:



Figura 10

Não pensem, porém, que o sucesso do concorrente soterrou a iniciativa adversária. Em resposta à iniciativa do Itaú, o Bradesco ousou uma comunicação mais incisiva. Incisiva, segundo o esquema anterior, é aquela comunicação que consegue fundar uma crença. Para fundar uma crença ela deve ser textual e mais proposicional, porém, já sabemos que se uma proposição é lida, no momento mesmo da constituição do sentido, ela subsume-se à apofântica aristotélica, correndo o risco de ser julgada falsa e criar assim um efeito cômico em vez de cativar o espectador, tal como ocorrido com o slogan do regime militar: “Este é um país que vai pra frente”. Ora, num setor corporativo muito mal visto pelo público, empregar um slogan que pode ser julgado falso é praticamente um suicídio empresarial. Mas a perspicácia intuitiva dos executivos da agência Salles, notaram que a verdadeira disputa pelos novos correntistas se dava no imaginário do público e se traduzia pela capacidade em espalhar mais caixas multifuncionais pelo país. Neste aspecto, no campo físico, não no imaginário, o Bradesco vencia. No anedotário popular já corria a máxima: “em qualquer corrutela você encontra uma igreja, uma delegacia e um caixa eletrônico do Bradesco”. Seguindo esta atmosfera vigente, o Bradesco apostou numa comunicação com imagens generalistas, mas com um slogan proposicional forte: “Bradesco sempre à frente”. A avaliação do slogan foi tão positiva, porque de fato foi entendida como quem é afinal o campeão

na distribuição de caixas eletrônicos pelo país, que os números na abertura de novas contas nos três primeiros meses da campanha foram assustadores: em torno de 250 mil novas contas abertas em três meses. Estratégia mais do que vencedora, uma vez que muitos bancos do mundo sequer contam com este número no total de correntistas.

Em suma, as regras persuasivas não garantem uma fórmula definitiva de convencimento, pois o Itaú empregou um slogan generalista: “Feito pra você”, que pode significar praticamente tudo e nada ao mesmo tempo, com imagens carregadas com as cores do verão, acrescentou em sua comunicação símbolos da tecnologia, o arroba, e com isso alcançou o esperado, foi por muito tempo o mais lembrado pelos jovens como o banco preferido na abertura da primeira conta. Já o Bradesco arriscou o oposto, apostou em imagens generalistas com um slogan incisivo, e conseguiu cifras assombrosas com o resultado da campanha.

Por intuição, há muito que os publicitários entenderam a vantagem persuasiva em se combinar na comunicação os dois instrumentos, texto e imagem. Todavia, é preciso lembrar que esta combinação não é uma garantia algébrica de melhoria no desempenho, pois a combinação pode ser desastrosa. Se se combina uma imagem forte, com um slogan proposicional, um pode confundir ou até mesmo refutar o outro. Um exemplo emblemático foi o slogan: “Coca-cola dá mais vida”, enquanto se veiculavam imagens de pessoas ingerindo outros alimentos em companhia do refrigerante. Sobre esta proposição firmou-se uma crença positiva, mas quando a empresa quis adocicar seu produto a fim de conquistar uma faixa maior do público infantil, houve uma enorme rejeição do público adulto, porque o sabor que dava mais vida aos outros alimentos era a combinação de doce e amargo provenientes do açúcar e da cafeína. O público não quis saber de se virar para o concorrente, porque eram seguidores da marca, tal como os seguidores de uma religião, mas seguidores da marca que entregava o sabor original e como vimos anteriormente o efeito de um slogan gerador de crença é de longo prazo, o que impediu a empresa de alterar o sabor do produto, já que o público se sentiu traído em sua fé. Por outro lado, se se aposta em imagens fortes e um texto mais generalista, a imagem pode absorver a mensagem, diluindo até mesmo a lembrança do produto, que é o caso da maioria dos comerciais ganhadores de prêmios. Neste caso, o público se lembra das cenas,

lembra-se do enredo, mas não registra sobre qual produto as imagens se referiam, ou seja, o referente desaparece do imaginário e obviamente que o publicitário fica famoso no lugar do produto, o que revela o fracasso na comunicação.

CONCLUSÃO

É possível pensar na solução de um problema teórico qualquer depois de ter sido convencido da ausência da verdade nos termos tradicionais, conforme demonstrado por Sexto Empírico, ao revelar, em toda discussão, a equipolência dos argumentos díspares, que inevitavelmente conduzem a diafonia. Basta, para tanto, desonerar o discurso de uma obrigação nunca prometida por ele, a de produzir uma verdade definitiva. Desta forma, pode-se compreender o real com um discurso não dogmático, reconhecendo seu real alcance, qual seja, seu caráter instrumental, pessoal e provisório.

Ultrapassada esta etapa, para que fosse possível se debruçar sobre um problema qualquer, foi preciso escolher, ainda que se trabalhasse apenas com suportes provisórios, as bases teóricas para compreender nossa relação com o mundo. Desta forma, descobrimos a fenomenologia existencialista como o corpo teórico apto a expor os primeiros passos de nossa relação com o ambiente, porque seus argumentos não se perdem num jogo de palavras estéreis, tal como na metafísica. Eles vão e voltam aos existentes, possibilitando a todo instante que o leitor repita as experiências registradas no corpo teórico a partir dos objetos apreendidos. Objetos nada especiais, que dizem respeito à nossa rotina: uma cadeira, um comercial de televisão, uma caneta, uma figura inscrita no papel e assim por diante. A teoria escolhida aproveita a definição de Husserl, que define a consciência como não determinada e marcada por sua intencionalidade, tanto quanto aproveita as descrições de seu funcionamento com Sartre e depois, com a ajuda de Merleau-Ponty, nos faz descobrir que toda existência é semiótica, em razão de haver atribuição de sentido ao real no momento mesmo da apreensão dos objetos.

Com essa fenomenologia semiótica, conseguimos reduzir a dois os movimentos do corpo aptos a fornecer conteúdos para a mente. Com o primeiro, a percepção, empregamos nosso aparato sensorial para assimilar informações que estão fora de nós, vinculadas a um objeto situado no mundo, de modo contingente. Concomitante a este primeiro, temos o movimento de concepção, com o qual criamos informação, a partir do passado, para sintetizar o objeto dentro de nós mesmos, já que a percepção oferece apenas um perfil do objeto por vez. Estas informações sintetizadas não são determinadas por nada, representam apenas nossa liberdade para gerar informações a fim de nos familiarizar com o real. Se caso houver semelhanças entre as informações concebidas por vários espectadores, seu caráter é meramente convencional, não ontológico, cujo estudo se encontraria na área dos costumes. Este subjetivismo revela ainda que não temos acesso à consciência do outro, pois ele só nos aparece como objeto, mas vimos que o olhar do outro afeta a apreensão de nós mesmos. Logo, o outro, para nós, desperta uma curiosidade visceral baseada nesta empatia imanente.

Com isto em foco, conseguimos fazer uso desta teoria montada para tentar entender nosso mundo de hoje, que se caracteriza pela enxurrada de imagens postas em circulação com cada vez mais velocidade a fim de fazer o público comprar mais e mais. Notamos que estas imagens conseguem efetivamente convencer a maioria dos espectadores a comprar os produtos oferecidos, não somente isso como também conseguem inscrevê-los nesta lógica social de consumo, na qual, paradoxalmente, os atributos humanos são alienados como por fetiche para a imagem da mercadoria. O desejo de saúde desloca-se para o cigarro, a libido desloca-se para o automóvel, a sede desloca-se para o refrigerante, a fome para o sanduíche, a saúde para o remédio e assim por diante. No entanto, vimos também que elas falham na persuasão de uma minoria, que prefere destinar sua atenção aos textos e não a imagens. Nesta direção, para entender nossa sociedade de hoje, vimos ser preciso entender como e por que essa diferença existe. Quais são e como funcionam as estruturas psíquicas que apreendem um objeto capaz de influenciar nossas ações. Desta forma, foi possível esboçar a aplicação daquele corpo teórico a um problema prático, ou seja, analisar a base da sociedade de consumo, cujo combustível é a profusão de imagens. Noutras palavras, a partir dos

objetos do cotidiano, foi possível aplicar aquele existencialismo semiótico não dogmático para esclarecer a diferença persuasiva entre textos e imagens.

Essa estrutura teórica nos permitiu confirmar, em se tratando de quantidade, que o efeito persuasivo da imagem, a partir de sua percepção, que nos entrega de pronto o equivalente da figura humana, dotada daquela qualidade que fora denominada empatia imanente, é maior. Porque, além de instigar mais nossa curiosidade na entrega da figura humana, graças ao seu formato, não exige na constituição do sentido uma crítica, um julgamento. Pelo que vimos, a consciência é uma intencionalidade em busca de um objeto, se este objeto é exterior, deve passar pelos sentidos, nesta passagem, com o aparato técnico atual, a imagem consegue simular cenas tal como cenas reais, já que empregam som, profundidade e cores verossímeis. Para que seu caráter ilusório fosse exposto, seria preciso criticá-las, mas isso demandaria um esforço psíquico que a maioria dos espectadores não está disposta a fazer. Crítica inibida mais ainda pela miríade de estímulos concorrentes por nosso foco visual, o que provoca certa seletividade no juízo crítico, a fim de evitar a fadiga intelectual. Vimos também que somente um grupo menor, educado para o exercício da crítica, é capaz de reconhecer e incorporar o caráter ilusório da imagem ao seu dia-a-dia, sem dirigir sua ação com base nesta ilusão; mas, em termos de quantidade dentro de uma população, este grupo é irrisório.

Ainda em relação às imagens, uma vez introjetadas sem crítica, vimos sua capacidade de gerar modelos de ação para a solução de problemas no dia-a-dia, tal como nos ensinou Piaget ao analisar a importância da imitação na formação dos esquemas representativos da criança. A imitação de modelos prontos mantém-se na memória dos adultos como processo de familiarização do real. Com isso se vê reforçado mais ainda o poder persuasivo da imagem se comparado aos textos lidos, ainda que a ação do espectador se dê com base num modelo imagético proveniente de um simulacro, de uma encenação. Engodo não desfeito pela ausência de crítica, cujas razões expusemos logo atrás.

Já o texto, por sua própria constituição, uma vez percebido pelos espectadores, necessita mais do movimento de constituição intelectual, porque seus símbolos foram criados para remeter a algo fora deles mesmos. O emissor, para convencer alguém através da mensagem veiculada neste formato, deve fazer com

que a pessoa acredite nela, mas pra acreditar deve julgá-la verdadeira, para julgá-la verdadeira a mensagem deve subsumir-se à apofântica aristotélica, ou seja, deve ser mais proposicional. Ora, mas uma vez que assim seja, corre o risco de ser julgada falsa, e ser alvo de ironia. Portanto, o texto, para ter seu poder persuasivo ampliado, deve invocar a credulidade do espectador, porque graças a seu formato, será julgado, o que não acontece em geral com as imagens. Em se tratando de quantidade, a imagem persuade mais, no entanto, em se tratando de longevidade, o texto tem maior efeito persuasivo, porque firmado em crença e não em modelos formados na memória.

BIBLIOGRAFIA

ADORNO e HORKHEIMER. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro, Zahar, 2006.

_____. *Teoria da Cultura de Massas*. Rio de Janeiro, Saga, 1969.

ARISTÓTELES. *Metafísica*. Col. Os Pensadores, São Paulo, Abril Cultural, 1973.

_____. *Retórica*. São Paulo, Edipro, 2011.

AUMONT, Jacques. *A Imagem*. Campinas, Papirus, 2011.

BACHELARD, Gaston. *A Epistemologia*. Lisboa, Ed. 70, 2010.

BAITELLO, Norval. *A Serpente, a Maçã e o Holograma*. São Paulo, Paulus, 2010.

BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e Simulações*. Trad. Maria João da Costa Pereira, Lisboa, Relógio D'água, 1991.

- BERKELEY, G. *Col. Os Pensadores*, São Paulo, Abril Cultural, 1973.
- BELTING, Hans. *O Fim da História da Arte*. São Paulo, CosacNaify, 2006.
- CAMUS, ALBERT. *Núpcias, O Verão*. Trad. Vera Q. C. Silva, São Paulo, Círculo do Livro, 1981.
- _____. *O Mito de Sísifo*. Trad. Mauro Gama. Rio de Janeiro, Guanabara, 1989.
- CARRIERE J.C. *A Linguagem Secreta do Cinema*. Rio de Janeiro, Nova Fronteira, 2006.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede*. Trad. Roneide Venancio Majer, São Paulo, Paz e Terra, 3ª ed., 2000.
- CHAUÍ, Marilena. *Dos Pré-Socráticos a Aristóteles*. São Paulo, Cia. das Letras, 1994.
- DELEUZE, Gilles. *A Imagem-Tempo*. Trad. Eloisa de Araujo Ribeiro; São Paulo, Brasiliense, 1990.
- DURAND, G. *O Imaginário*. Trad. René Eve Levié; Rio de Janeiro, Difel, 2004.
- FOUCAULT, M. *Isto não é um Cachimbo*. Rio de Janeiro, Paz e Terra, 1989.
- _____; *As Palavras e as Coisas*. São Paulo, Martins Fontes, 2000.
- FREUD. *O Mecanismo Psíquico do Esquecimento*. Rio de Janeiro, Imago, 1976.
- GUYAU, J.; *A Gênese da Ideia de Tempo e Outros Escritos*. São Paulo, Martins Fontes, 2010.
- HESÍODO. *Teogonia*. São Paulo, Iluminuras, 1995.
- HUME, David. *Investigações Sobre o Entendimento Humano*. Trad. José Oscar A. Marques; São Paulo, UNESP, 2004.
- HUSSERL, E. *Ideias para uma Fenomenologia Pura e para uma Filosofia Fenomenológica*. Trad. Márcio Suzuki; São Paulo, Ideias e Letras, 2006.

- LE BON, G. *Psicologia das Multidões*. São Paulo, Martins Fontes, 2008.
- LOCKE, J. *Ensaio Acerca do Entendimento Humano*. Trad. Anoar Aiex; 3ª ed., São Paulo, Abril Cultural, 1983.
- MACLUHAN, W. *Do Clichê ao Arquétipo*. Rio de Janeiro, Record, 1973.
- MANGUEL, A. *Lendo Imagens*. São Paulo, Cia. das Letras, 2009.
- MANVELL E FRAENKEL. *Goebbels*. Lisboa, Aster, 1960.
- MARCUSE, H. *Cultura e Sociedade*. São Paulo, Paz e Terra, 2006.
- MATTERLART, Armand e Michèle. *História das Teorias da Comunicação*. Trad. Luiz Paulo Rouanet; São Paulo, Edições Loyola, 1999.
- MERLEAU-PONTY, M. *Fenomenologia da Percepção*. São Paulo, Martins Fontes, 2006.
- NOVAES, A. *O Olhar*. Cia. das Letras, São Paulo, 1989.
- PEIRCE, C. Sanders; *in: Escritos Coligidos*. Col. Os Pensadores. Trad. Armando M. D'Oliveira, 2ª ed., São Paulo, Abril Cultural, 1980.
- _____; *Semiótica e Filosofia*. Trad. Octanny S. da Mota. São Paulo, Cultrix; 1975.
- PERDIGÃO, P. *Existência e Liberdade*. Porto Alegre, L&PM, 1995.
- PESSOA, F. *O Eu Profundo e os Outros Eus*. Rio de Janeiro, Record, 1980.
- PIAGET, Jean; *O Nascimento da Inteligência na Criança*. Trad. Álvaro Cabral. 3ªed.; Rio de Janeiro, Zahar, 1978.
- _____; *A Formação do Símbolo na Criança*. Trad. Álvaro Cabral; 2ª ed. Rio de Janeiro, Zahar, 1975.
- _____; *A Linguagem e o Pensamento da Criança*. Trad. Manuel Campos. 4ª ed.; São Paulo, Martins Fontes, 1986.
- PLATÃO; *Teeteto e Crátilo*. Trad. Carlos Alberto Nunes. 3ª ed., Belém, PA, UFPA, 2001.

POPKIN, Richard. *História do Ceticismo*, Trad. Danilo Marcondes. Rio de Janeiro, Francisco Alves, 2000.

PORCHAT, Oswaldo; *Vida Comum e Ceticismo*. 2ª ed., São Paulo, Brasiliense, 1994.

QUINE, W.V.; *Dois Dogmas do Empirismo*. In: Col. Os Pensadores, 3ª ed., São Paulo, 1985.

RICOER, Paul; *As Culturas e o Tempo*. São Paulo, Vozes, 1975.

SACKS, Oliver; *O Homem que Confundiu sua Mulher com um Chapéu*. São Paulo, Cia. das Letras, 2010.

SANTAELLA, Lucia; *Teoria Geral dos Signos*. São Paulo, Pioneira, 2000.

_____ ; *Imagem*. São Paulo, Iluminuras, 2008.

SARTRE, Jean Paul; *O Ser e o Nada*. Trad. Paulo Perdigão. 5ªed. Petrópolis, Vozes, 1997.

_____ ; *O Que é a Literatura?* Trad. Carlos Felipe Moisés. 2ªed., São Paulo, Ática, 1993.

_____ ; *O Imaginário*. Trad. Duda Machado. São Paulo, Ática, 1996.

_____ ; *Esboço Para Uma Teoria das Emoções*. Trad. Paulo Neves, Porto Alegre, L&PM, 2006.

_____ ; *O Existencialismo é um Humanismo*. in: Col. Os Pensadores, São Paulo, Abril Cultural, 1978.

_____ ; *A Náusea*. Rio de Janeiro, Record, 1996.

SEARLE, John R.; *Intencionalidade*. Trad. Júlio Fisher e Tomás Rosa Bueno. São Paulo, Martins Fontes, 1995.

SEXTO EMPIRICO; *Esbozos Pirrónicos*. Gredos, Madrid, 1993.

_____ ; *Contra Los Profesores*. Gredos, Madrid, 1997.

SEXTUS EMPIRICUS; *Sextus in four volums*; R. G. Bury, Harvard Universtity Press.

VIEIRA, Jorge A. *Teoria do Conhecimento e Arte*. São Paulo, Leo Edições, 2006.