
O imaginário como experiência estética: para além da interpretação, rumo à vivência narrativa¹

Beatriz Lima de Oliveira²

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM

Resumo

Este artigo examina o imaginário como uma experiência estética coletiva, analisando sua função como elo entre a ficção e a realidade e como um elemento facilitador para a construção de significados compartilhados. Com base nas perspectivas de Julio Pimentel sobre as dimensões da percepção na obra literária e de Didi-Huberman sobre as temporalidades da arte, a discussão aprofunda-se na subjetividade inerente à interpretação e ao consumo da arte. Argumenta-se que a necessidade humana de narrativa, conforme delineado por Llosa, Durand, Eliade e Campbell, é fundamental para a construção de sentido e identidade cultural. O artigo conclui que o imaginário transcende o âmbito individual, conectando-se ao inconsciente coletivo e à memória ancestral, constituindo um campo relevante para a compreensão da comunicação social e da formação de identidades.

Palavras-chave: Imaginário; Estética; Experiência; Narrativa; Interpretação.

Introdução

O imaginário, compreendido como um complexo de imagens, símbolos e narrativas que perpassam a cultura, estabelece uma conexão entre a ficção e a realidade, atuando como um elemento central nas experiências estéticas coletivas. Sua função vai além de um simples repositório de elementos fantasiosos, operando como um espaço no qual a cognição humana constrói e interage com significados, influenciando a percepção individual e coletiva. A relevância desse conceito para a área da comunicação social é evidente, considerando que a produção e o consumo de mensagens midiáticas estão intrinsecamente relacionados à capacidade humana de simbolizar, narrar e compartilhar realidades construídas.

Este artigo objetiva aprofundar a compreensão do imaginário como experiência estética coletiva, explorando suas múltiplas dimensões e sua relação com a comunicação. Para isso, serão consideradas as contribuições de teóricos como Julio Pimentel, Gilbert Durand, Mircea Eliade, Joseph Campbell e Georges Didi-Huberman. As teorias desses autores fornecem um arcabouço conceitual para analisar as manifestações do imaginário

¹ Trabalho apresentado no GP Estéticas, Políticas do Corpo e Interseccionalidades, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² I.Doutoranda em Comunicação e Práticas do Consumo na ESPM. Mestre em Comunicação e Práticas do Consumo e Graduada em Ciências Sociais pela ESPM.

na arte, na literatura e nos mitos, bem como sua influência na formação de identidades e na coesão social. A análise buscará demonstrar que a capacidade de criação e de imersão em realidades ficcionais constitui uma necessidade para a atribuição de sentido e para a compreensão da condição humana.

A compreensão da experiência estética no contexto do imaginário coletivo exige uma análise da interação entre o criador, a obra e o receptor. Julio Pimentel, em sua abordagem sobre a relação entre ficção e história, propõe uma perspectiva sobre as três dimensões da percepção ("sentir") que ocorrem na obra literária, uma categorização aplicável a outras formas de expressão artística.

A primeira dimensão, o "sentir vivido", refere-se à experiência emocional original do artista, servindo como inspiração para a criação. Este é o processo no qual o artista internaliza a realidade e a transforma em um estado emocional. Esta dimensão possui caráter pessoal, constituindo a base da expressão artística.

A segunda dimensão, o "sentir escrito" (ou "sentir criado", em um sentido mais amplo para outras artes), corresponde à transposição da experiência vivida para a linguagem artística. Este processo envolve a seleção e organização de elementos – como palavras, cores ou formas – para materializar a experiência interna do artista. O desafio reside na tradução da complexidade emocional para uma forma expressiva que possa ser comunicada, reconhecendo que a totalidade da experiência original é, por natureza, indizível.

Finalmente, a terceira dimensão, o "sentir lido" (ou "sentir experienciado"), manifesta-se na reconstrução da percepção por parte do receptor. Ao interagir com a obra, o público a internaliza, infundindo-a com suas próprias vivências, conhecimentos e sistemas de valores. Pimentel enfatiza que essas dimensões são distintas, o que evidencia o papel ativo de cada indivíduo no processo estético: o que vivencia e elabora, e o que recebe e consome, transformando-a em sua própria experiência. A obra literária, e por extensão toda manifestação artística, configura-se, assim, como um espaço de interação multifacetado onde a subjetividade do criador e a do receptor atuam na construção do significado.

Georges Didi-Huberman, em "Diante do Tempo", complementa essa discussão ao explorar a relação entre o tempo e a arte por meio do conceito de "tempos da arte". Para ele, a obra de arte transcende uma única temporalidade cronológica, existindo em múltiplas dimensões: o tempo representado na obra (o período ou narrativa que a obra

expressa), o tempo de sua criação (o contexto histórico-cultural do artista) e o tempo de sua experiência pelo observador (o presente no qual o indivíduo a interpreta). Essas dimensões temporais interagem e se influenciam mutuamente, resultando em uma experiência artística dinâmica e em constante ressignificação.

A convergência dessas perspectivas indica que a estruturação de uma manifestação artística é, simultaneamente, "uma experiência de referência ao real e, simultaneamente, de distanciamento e estranhamento em relação a ele" (Pimentel, p. 17). Adicionalmente, o papel ativo do receptor transforma a experiência em "uma tentativa de reaproximação do real, mas essa reaproximação é sempre mediada e sempre relativa, inclusive porque a leitura jamais é una, jamais é fixa" (Pimentel, p. 17). Essa subjetividade inerente ao consumo da arte demonstra que os indivíduos interpretam suas próprias experiências e o mundo ao seu redor, reorientando e atribuindo sentido aos elementos conforme suas necessidades e compreensões.

A construção do contexto e a natureza "mitológica" da arte

A noção de "contexto", frequentemente utilizada para embasar interpretações, é abordada por Pimentel com uma perspectiva crítica. Ele argumenta que "o 'contexto' não pode ser a experiência diretamente vivida, a realidade incontornável, a dor sentida de verdade" (Pimentel, p. 24). Esta afirmação sugere que o contexto não é uma entidade externa e objetiva que meramente enquadra a experiência, mas uma construção intrínseca, moldada e consolidada pelas experiências e interpretações individuais. Em qualquer contexto – literário, histórico, sociológico, entre outros – a percepção e as vivências pessoais atuam como elementos constitutivos, conferindo-lhe forma e significado.

Essa visão está alinhada com a ideia de que a arte, em todas as suas manifestações, funciona como um mecanismo de reinterpretação da realidade. Conforme Pimentel, a produção artística, e não apenas a ficção, atua como um meio de "mascarar como o mundo é para nós", de "remoer a experiência, embelezar a experiência, rearrumar e expandir a experiência numa espécie de mitologia" (Pimentel, p. 29). Essa "mitologização" da experiência não implica falsidade, mas sim uma reconfiguração simbólica que possibilita processar e atribuir sentido aos eventos, sejam eles individuais ou coletivos. A arte, nesse sentido, representa um ato de criação de mundos e narrativas que, mesmo não correspondendo à realidade factual, são essenciais para a compreensão e interação com o mundo.

A citação de Llosa, reiterada por Pimentel, ilustra uma necessidade humana fundamental: "os homens não vivem só de verdades; também sentem falta das mentiras: das que inventam livremente, não das que lhes são impostas" (Pimentel, p. 29). A busca por narrativas que transcendem o factual, por "mentiras" criadas livremente, é inerente à condição humana. Tais narrativas – sejam mitos, contos, lendas ou obras de arte – transportam os indivíduos para além do cotidiano, permitindo a exploração de possibilidades, aspirações e medos.

Essa necessidade de transcender o real, de aventurar-se no imaginário, habilita a atribuição de sentido ao mundo, a exploração da própria condição, o questionamento, o sonho e a criação. As "mentiras" inventadas contribuem para a busca da verdade e para a compreensão do mundo e do lugar do indivíduo nele. A comunicação social, neste contexto, desempenha um papel crucial ao veicular e, frequentemente, produzir essas narrativas essenciais, construindo imaginários que influenciam percepções, valores e comportamentos em larga escala.

Neste ponto, observa-se a intersecção entre a perspectiva de Pimentel sobre experiências e a relação entre história e literatura e as concepções de Gilbert Durand. Em "As Estruturas Antropológicas do Imaginário", Durand analisa os arquétipos e esquemas simbólicos recorrentes em diversas culturas, evidenciando a universalidade do imaginário. Essa universalidade sugere que, apesar da diversidade das manifestações culturais, as necessidades e impulsos humanos que geram o imaginário são compartilhados. Mitos, lendas e contos de fadas, por exemplo, frequentemente apresentam temas e personagens arquetípicos que evocam emoções e reflexões comuns, independentemente do contexto cultural. Este fato demonstra como o imaginário coletivo é um campo propício para a comunicação intercultural e para a compreensão das bases simbólicas que sustentam as sociedades.

Mircea Eliade e Joseph Campbell, proeminentes estudiosos da mitologia do século XX, concordam que os mitos são construções humanas originadas da experiência, concebidas para atribuir sentido ao mundo. Essa premissa suscita um debate relevante: os mitos podem ser entendidos como um meio de expressar angústias humanas em busca de explicações, por meio de narrativas criadas que, com o tempo, são continuamente reinterpretadas e associadas a outras percepções, dependendo do indivíduo que as analisa.

Em "Mito e Realidade", Eliade argumenta que o mito narra uma história sagrada que descreve a origem de uma realidade primordial por meio de Entidades Sobrenaturais.

Para Eliade, o mito é uma "história verdadeira" na medida em que se refere a realidades fundamentais, não necessariamente empíricas, mas existenciais e simbólicas. Campbell, em "O Poder do Mito", complementa essa visão ao postular que os mitos são indicadores das potencialidades espirituais da vida humana. Ele os descreve como narrativas da busca humana por verdade, sentido e significado ao longo do tempo, auxiliando na conexão entre a mente e a experiência de viver.

Ambos os autores convergem na importância da experiência na gênese dos mitos. Eliade enfatiza que o mito é "vivo" em sociedades arcaicas, operando não como mera narrativa, mas como um modelo para a conduta humana, conferindo significado e valor à existência. Campbell, por sua vez, destaca que o mito auxilia o indivíduo moderno a reconectar-se com a experiência de viver, a introspecção e a decifrar a mensagem dos símbolos.

A concordância entre Eliade e Campbell estende-se à natureza não-científica do mito. Ele não constitui uma explicação racional, mas uma narrativa que reativa uma realidade ancestral e atende a necessidades religiosas, morais e sociais profundas. Para Eliade, o mito revela os modelos exemplares de ritos e atividades humanas significativas. Campbell afirma que o mito é a "música da imaginação, inspirada nas energias do corpo", metáfora que ilustra sua capacidade de mobilizar emoções e impulsos profundos da psique humana.

A relevância dos mitos para a comunicação social é considerável. Eles operam como narrativas arquetípicas que influenciam a percepção coletiva, fornecendo um repertório de símbolos e significados que são constantemente atualizados e reinterpretados na mídia, na publicidade e nas narrativas populares. A compreensão da estrutura e função dos mitos permite uma análise mais aprofundada de como as mensagens são construídas e recebidas, e como o imaginário coletivo é ativado para gerar identificação e engajamento.

O imaginário como acesso ao transcendente e misterioso na experiência estética

O imaginário, enquanto um conjunto dinâmico de imagens, símbolos e narrativas que permeiam a cultura, transcende a mera representação para configurar-se como uma interpretação da experiência estética coletiva. Semelhante ao mito, o imaginário possibilita a imersão em um universo multissensorial, caracterizado por sensações e emoções, onde a necessidade de racionalizar ou decodificar a experiência é suspensa.

Constitui, assim, um convite para transcender o intelecto e estabelecer uma conexão com o transcendente, o enigmático e a essência do ser.

Por meio do imaginário, é possível "tocar o eterno", o que implica acessar dimensões que extrapolam o tempo e o espaço, conectando-se com arquétipos e símbolos universais que ressoam através das épocas. O imaginário facilita a "compreensão do misterioso", desvendando enigmas da existência e da condição humana, explorando as profundezas da psique e os mistérios do cosmos. E, em última instância, o imaginário conduz à "descoberta do que somos", revelando a identidade profunda, anseios, temores e sonhos, e a conexão com o coletivo.

Portanto, o imaginário não se restringe a ser um reflexo da realidade, mas apresenta-se como um meio de acesso a outras realidades, um espelho que reflete tanto o ambiente externo quanto o interno. Trata-se de uma experiência estética que transcende o âmbito individual e se expande para o coletivo, conectando-se com o inconsciente coletivo e com a memória ancestral da humanidade. É por intermédio do imaginário que os indivíduos se tornam participantes da narrativa da vida, uma interconexão que une todos os seres em uma estrutura de significado e propósito.

Os mitos, como construções originadas a partir de experiências e direcionadas à compreensão do mundo, ilustram a capacidade do imaginário como forma de representação e interpretação da experiência estética. O imaginário, análogo ao mito, convida a transcender os limites da realidade cotidiana e a conectar-se com as profundezas da experiência humana. Por meio de narrativas simbólicas e arquétipos universais, os mitos fornecem uma estrutura para a compreensão de questões existenciais complexas, como a origem, o propósito da vida e a natureza da morte.

Além de sua função como acesso ao transcendente e ao simbólico, o imaginário desempenha um papel fundamental na formação da identidade cultural e na coesão social. Os mitos e as narrativas compartilhadas por uma comunidade não apenas geram um senso de pertencimento, mas também fornecem um conjunto de valores e crenças comuns que orientam o comportamento individual e coletivo. Tais narrativas atuam como um repositório de sabedoria e como uma fonte de inspiração artística e criativa, impulsionando a produção de obras de arte, literatura, música e outras formas de expressão cultural.

Historicamente, o imaginário tem sido um fator determinante em movimentos sociais e transformações culturais significativas. As visões de um futuro ideal,

frequentemente expressas por meio de narrativas míticas e simbólicas, têm inspirado indivíduos e comunidades a buscar justiça, igualdade e liberdade. A capacidade do imaginário de mobilizar e unir pessoas em torno de objetivos comuns evidencia sua influência na moldagem da realidade social.

No entanto, é fundamental reconhecer que o imaginário também pode ser manipulado para fins negativos, como a disseminação de ideologias extremistas, a criação de estereótipos e a manipulação de grandes grupos. Há registros históricos de narrativas distorcidas ou ideologias simplistas, baseadas em imaginários construídos artificialmente, que resultaram em conflitos e injustiças. A comunicação social, como principal veiculadora desses imaginários, possui uma responsabilidade ética significativa. A análise crítica do imaginário difundido pela mídia é essencial para desvelar discursos enganosos e promover uma compreensão mais precisa da realidade.

Portanto, é crucial reconhecer a dualidade do imaginário e utilizá-lo de forma responsável e ética. Ao explorar as profundezas da experiência humana e transcender os limites da realidade cotidiana, o imaginário pode servir como uma ferramenta para a construção de um futuro mais justo, equitativo e sustentável. A capacidade de conceber, imaginar e compartilhar essas concepções é um dos pilares da inovação social e da formação de comunidades resilientes.

A Experiência Estética Coletiva no Cenário Contemporâneo da Comunicação

O imaginário coletivo, enquanto um espaço compartilhado de símbolos, arquétipos e narrativas, transcende a individualidade e se manifesta como uma estrutura de significados que conecta indivíduos ao longo do tempo e espaço. Na era da comunicação digital e globalizada, essa estrutura se torna mais complexa. A arte, como uma das expressões do imaginário, atua como um meio de acesso a esse universo simbólico, possibilitando ao público participar de uma experiência estética que é, ao mesmo tempo, singular e coletiva.

A obra de Susan Sontag, "Contra a Interpretação", destaca a relevância de uma experiência estética direta, não mediada por uma interpretação excessiva. Sob essa perspectiva, o imaginário emerge como um convite à imersão em um universo de sensações e emoções, sem a necessidade de uma decodificação exaustiva da obra de arte. A experiência estética, assim, configura-se como um momento de comunhão com o imaginário coletivo, um espaço de interação com o outro e consigo mesmo. Em um

contexto de saturação informacional, a abordagem de Sontag, que prioriza a "erótica da arte" em detrimento de sua "hermenêutica", ganha relevância, incentivando uma apreciação mais direta e imediata.

Quando desprovida de uma interpretação excessiva, a experiência estética torna-se um momento de comunhão com a obra de arte e com o imaginário que ela representa. O público, ao permitir a imersão na experiência sensorial e emocional proporcionada pela arte, estabelece uma conexão com algo que transcende o individual e se integra a um coletivo maior. Essa comunhão com o imaginário coletivo, por sua vez, fomenta um senso de pertencimento e identidade, fortalecendo os laços sociais. A comunicação social, ao desenvolver plataformas e canais para essa experiência compartilhada (sejam eventos presenciais, mídias sociais ou plataformas de streaming), amplia a capacidade do imaginário de construir comunidades e consolidar vínculos.

A experiência estética, como um momento de comunhão com o imaginário coletivo, também se estabelece como um espaço para o encontro com o outro e consigo mesmo. Ao compartilhar a experiência da arte com outras pessoas – em ambientes como salas de cinema, concertos ou discussões online sobre uma obra – o público interage com diferentes perspectivas e visões de mundo. Essa interação amplia seus horizontes e enriquece sua própria experiência. Simultaneamente, a imersão no imaginário coletivo pode conduzir a um processo de autoconhecimento, à medida que o público se depara com seus sentimentos, emoções e reflexões diante da obra de arte, em um processo de descoberta mediado pela alteridade e pela coletividade.

Considerações Finais

Em síntese, o imaginário configura-se como uma experiência estética coletiva que contribui para a união de indivíduos, a evocação de emoções e a reflexão sobre a condição humana. Ele convida a transcender as fronteiras do individualismo e a imergir em um universo de símbolos, imagens e narrativas que conectam os indivíduos à sua história, cultura e humanidade.

A literatura, a arte e os mitos, enquanto expressões do imaginário, são ferramentas que permitem explorar as "possibilidades da história", questionar narrativas estabelecidas e construir futuros alternativos. Ao reconhecer o potencial do imaginário como experiência estética coletiva, é possível fortalecer conexões entre passado, presente e futuro, e consolidar os laços sociais.

Para a comunicação social, a compreensão do imaginário é fundamental. O imaginário não é apenas um objeto de estudo, mas a base de como as mensagens são concebidas, transmitidas e recebidas na sociedade. A mídia, em suas diversas formas, opera continuamente na esfera do imaginário, construindo realidades, influenciando percepções e comportamentos. Seja na construção de marcas, na elaboração de campanhas ou na produção de conteúdo, o apelo ao imaginário coletivo constitui uma estratégia central.

Desse modo, o imaginário se revela como um pilar da comunicação humana, uma força subjacente que conecta indivíduos e comunidades, possibilitando o compartilhamento de emoções, ideias e aspirações. O estudo do imaginário é, portanto, o estudo da própria natureza da comunicação e da cultura, reconhecendo que, para além de fatos e lógica, os seres humanos são influenciados por histórias, símbolos e pela capacidade de conceber outros mundos possíveis. A habilidade de interagir com esse universo do imaginário é um diferencial para os profissionais e pesquisadores da comunicação que buscam não apenas informar, mas também inspirar e influenciar a sociedade.

Referências

- BENJAMIN, Walter. **Obras Escolhidas I: Magia e Técnica, Arte e Política**. São Paulo: Brasiliense, 1987.
- CAMPBELL, Joseph. **O Poder do Mito**. São Paulo: Palas Athena, 1991.
- DEWEY, John. **Arte como Experiência**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.
- DIDI-HUBERMAN, Georges. **Diante do Tempo: História da Arte e Anacronismos das Imagens**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2015.
- DURAND, Gilbert. **As Estruturas Antropológicas do Imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2012.
- ELIADE, Mircea. **Mito e Realidade**. São Paulo: Editora Perspectiva, 1972.
- POLLACK, Rachel. **A Bíblia Clássica do Tarot**. São Paulo: Darkside Books, 2023.
- PINTO, Júlio Pimentel. Do fingimento à imaginação moral: diálogos entre ficção e história. In: PINTO, Júlio Pimentel. **Sobre literatura e história: como a ficção constrói a experiência**. São Paulo: Companhia das Letras, 2024. p. 15-37.
- SONTAG, Susan. **Contra a interpretação e outros ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.