

Contágio Imaginário: comoções coletivas da Grande Mãe nos rituais marianos

Imaginary Contagion: collective motions of the Great Mother in the Marian rites
Contagio Imaginario: conmociones colectivas de los rituales de la Gran Madre Maria

Leonardo Souza Aloi Torres

Universidade Paulista – UNIP
<leosouzatorres@gmail.com>

Flávia Gabriela Rosa

Universidade Paulista – UNIP
<jornalista.gabriela@gmail.com>

Resumo

Este artigo investiga como se dá um processo de contágio imaginário. A pergunta que motiva este artigo é: de que forma os conteúdos do Imaginário Cultural emergem na consciência e afetam indivíduos? Escolheu-se o fenômeno das aparições e devoções marianas (Guadalupe, Nossa Senhora Aparecida e Fátima) como objeto de análise. A hipótese discutida é que há um Contágio Imaginário, ou seja, os indivíduos estabelecem e reafirmam uma comunicação pelos afetos, emoções e pelo poder de união do símbolo de Maria. O método de investigação consistiu em um levantamento de dados quantitativos e qualitativos. Os dados quantitativos foram baseados nos sites oficiais das santas e na ferramenta Google Trends; os qualitativos, provindos de pesquisa *in loco* no Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida. O artigo propõe uma discussão a partir de Morin, da teoria de Jung, de Gebauer e Wulf.

Palavras-chave: Contágio Imaginário. Devoções Marianas. Grande Mãe. Imaginário Cultural. Inconsciente Coletivo.

Abstract

This article investigates how an imaginary contagion process occurs. The question that motivates this article is: in what way do the contents of the Cultural Imaginary emerge in consciousness and affect individuals? The phenomenon of Marian apparitions and devotions (Guadalupe, Nossa Senhora Aparecida and Fátima) was chosen as the object of analysis. The hypothesis discussed is that there is an Imaginary Contagion, that is, individuals establish and reaffirm a communication for the affections, emotions and for the union power of the symbol of Mary. The method of investigation consisted in a survey of quantitative and qualitative data. Quantitative based on the official santas sites and the Google Trends tool. Qualitatives coming from on-site research in the National Shrine of Our Lady of Aparecida. The article proposes a discussion from Morin, from Jung's theory of Gebauer and Wulf.

Keywords: Imaginary Contagion. Devotions of Mary. Great Mother. Cultural Imaginary. Collective Unconscious.

Resumen

Este artículo investiga cómo ocurre un proceso de contagio imaginario. La pregunta que motiva este artículo es: ¿cómo emergen los contenidos del Cultural Imaginary en la conciencia y afectan a los individuos? El fenómeno de las apariciones y devociones marianas (Guadalupe, Nossa Senhora Aparecida y Fátima) fue elegido como objeto de análisis. La hipótesis discutida es que existe un contagio imaginario, es decir, los individuos establecen y reafirman la comunicación a través del afecto, las emociones y el poder de unión del símbolo de María. El método de investigación consistió en una encuesta de datos cuantitativos y cualitativos. Datos cuantitativos basados en los sitios web oficiales de santas y la herramienta Google Trends. Datos cualitativos de la investigación in situ en el Santuario Nacional de Nossa Senhora Aparecida. El artículo propone una discusión basada en Morin, la teoría de Jung, Gebauer y Wulf.

Palabras-clave: Contagio imaginario. Devociones marianas. Gran Madre, Cultural Imaginario. Inconsciente colectivo.

Introdução

O trabalho de Rosa (2017) sobre a ressonância do Imaginário Cultural nas devoções marianas é o ponto de partida deste artigo. A autora, ao longo do trabalho, estuda sobre três hierofanias, ou seja, aparições divinas de Maria: Guadalupe, Aparecida e Fátima. As três aparições ocorreram com cerca de 200 anos de intervalo entre elas, sendo a primeira em 1531; a segunda em 1717; e a terceira em 1917. Além disso, elas ocorreram em lugares diferentes: México, Brasil e Portugal.

Para este trabalho, Imaginário Cultural é a ambiência dos seres da cultura. É uma ambiência autorreprodutora e autônoma da racionalidade humana. Nela estão as energias primordiais que eclodem como deuses, mitos, símbolos, narrativas, crenças, ideologias humanas. Aproximando alguns termos: Morin (1992) denomina esta ambiência de Noosfera; e, Jung (2011b), de Inconsciente Coletivo.

Tão significativas foram as aparições que elas ainda reverberam durante quase três séculos após o fenômeno. No caso da aparição de Aparecida, Rosa (2017) afirma que sua adoração cresce a cada dia. O número de visitantes no Santuário de Aparecida, em Aparecida, Brasil, é considerável:

a autora afirma que cerca de duzentos mil visitantes por final de semana passam pela cidade, que abrigaria o maior templo dedicado a Maria no mundo.¹

Tamanho foi o crescimento que:

Não espanta verificar que, com a expansão do número de fiéis, e talvez por causa deles, os aparatos mediáticos desempenham importante papel: de propriedade do templo há um canal de *internet*, no endereço <www.a12.com>, que veicula notícias da Igreja católica no Brasil e no mundo; uma emissora de rádio, a Rádio Aparecida;² e uma emissora de TV, a TV Aparecida, que, segundo seu canal oficial está disponível para todas as antenas parabólicas digitais e analógicas do país.³ Os canais mencionados acima transmitem ao vivo, diariamente, algumas celebrações ocorridas no templo. (ROSA, 2017, p. 91).

Para ilustrar, a Figura 1 demonstra a comoção gerada pela imagem de Aparecida. Ela foi registrada de cima do Santuário de Aparecida a fim de abranger a quantidade de visitantes para a missa do dia 12 de outubro, dia de Nossa Senhora Aparecida para os católicos.

1 Material dirigido aos jornalistas que visitam o local e evidenciam o registro de 14 de novembro de 2010, quando mais de 245 mil visitantes passaram pelo espaço em um só dia. Cf. PRESSKIT IMPRENSA SANTUÁRIO NACIONAL (2015).

2 A Rádio Aparecida, segundo seu site oficial, pode ser sintonizada através de ondas curtas e tropicais, AM e FM (90,9 FM). Oferece programação exclusiva em cada um dos canais disponíveis. Mais informações podem ser conferidas em: <<http://www.a12.com/radio>>. Acesso em: 10 maio 2014.

3 Segundo o site oficial da TV Aparecida, em canal aberto, a emissora opera em 21 estados, no Distrito Federal, 19 capitais e 257 municípios, além de TVs por assinatura. Mais detalhes em: <<http://www.a12.com/tv>>. Acesso em: 10 maio 2014.



Figura 1 – Missa no Santuário de Nossa Senhora Aparecida. Fonte: Portal-Ig (2011).

Diante dos fatos apontados acima, chegamos à conclusão de que as grandes peregrinações podem ser motivadas, muitas vezes, pela excessiva reverberação de conteúdos do Imaginário Cultural de formas totalmente diferentes: alavancadas por impérios de comunicação (como no caso do Brasil), ou na valorização do culto a Maria e ao seu singular significado entre os deuses (como em Portugal).

Por isso, também, este artigo pretende fazer uma abordagem a partir do paradigma do Método da Complexidade de Edgar Morin, da teoria da Psicologia Analítica de Carl Gustav Jung e da Mimese de Günther Gebauer e Christoph Wulf, cujos aportes contribuem para uma análise dentro dos estudos da mídia e do imaginário.

A pergunta que motiva este artigo é: de que forma os conteúdos do Imaginário Cul-

tural emergem na consciência humana e afetam cada vez mais indivíduos, ou seja, como é transmitida a efervescência supracitada?

Como visto, escolheu-se como objeto de análise o fenômeno das devoções marianas, pois é um fenômeno cultural, proveniente do Imaginário Cultural e que ao longo dos anos vem aumentando o número de adeptos que se envolvem com a crença católica mariana (ROSA, 2017).

A hipótese discutida é que há um Contágio Imaginário, ou seja, os indivíduos estabelecem e reafirmam uma comunicação pelos afetos, emoções e pelo poder de união do símbolo de Maria. Portanto, há um movimento intrapessoal (de alma) e um movimento interpessoal, enraizado na cultura, que faz com que os conteúdos do Imaginário Cultural contaminem uma sociedade, um grupo etc.

O método de investigação do artigo consistiu em levantamento de dados quantitativos e qualitativos. Os quantitativos são baseados em Rosa (2017) e na ferramenta Google Trends,⁴ que produz dados de relevância e recorrência de termos pesquisados no portal Google; os qualitativos resultam de pesquisa *in loco* no Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida (Brasil), em datas das cerimônias religiosas.

Sobre o Fenômeno Mariano

As três hierofanias, isto é, aparições divinas de Maria, são de extrema importância para este trabalho, pois foi a partir delas que se iniciou todo o processo cultural das devoções marianas (rituais, crenças, imagens etc.). Portanto, é necessário descrever sobre as aparições que as motivaram.

Das três aparições, Rosa (2017) aponta que a primeira ocorreu no México, em 1531. De acordo com a versão católica, Maria foi vista por um índio denominado Juan Diego, em uma colina de Tepeyac. A versão afirma que esse homem ouviu uma melodia suave, cuja origem era “uma nuvem branca e sobre ela uma senhora que resplandecia de luz” (ROSA, 2017, p. 35).

Surpreso, ouviu-a chamá-lo pelo nome e dizer-lhe que era a verdadeira mãe de Deus. Incumbiu o índio de dizer ao bispo do lugar, dom Juan de Zumárraga, que construísse naquele local um templo para sua veneração. Como era de esperar, o bispo não deu crédito à história. De volta para casa,

onde seu tio estava gravemente enfermo, Juan Diego viu nova aparição da Virgem, que lhe garantiu a cura de seu tio. Seguindo instruções da misteriosa senhora, Dieguito foi ao bosque colher flores, embrulhou-as em seu poncho e levou-as à presença do bispo. Era inverno, e qual não foi sua surpresa quando o índio, abrindo seu manto, derrama a seus pés flores frescas e perfumadas. Embaixo das flores, bordada no manto do índio, aparece a figura da Virgem de Guadalupe: tez morena, olhos claros e muito límpidos, vestida como as mulheres da Palestina. Emocionado, dom Zumárraga cai de joelhos diante daquela aparição e, humildemente, acredita no índio. Do México sua devoção foi levada a vários países da Europa e de toda a América Latina. Hoje Nossa Senhora de Guadalupe é também a padroeira da América Latina.⁵

Já na aparição brasileira, em 1717, a crença católica discorre que três pescadores, chamados João Alves, Domingos Garcia e Felipe Pedroso, foram designados a pescar em homenagem à comitiva do conde de Assumar, que na época estava de passagem pelo local. Os três homens, no Rio Paraíba do Sul, após tentativas fracassadas de pescar qualquer peixe com a rede, lançaram a rede mais algumas vezes e, então, pescaram o corpo e a cabeça de uma estátua, que foi denominada de Nossa Senhora da Conceição Aparecida. Atualmente, de acordo com o Santuário Nacional de Aparecida,

4 Cf. Google Trends (2018).

5 Cf. Nossa Senhora das Americas (2010).

para os católicos, Nossa Senhora Aparecida é considerada rainha e padroeira do Brasil, por decreto do Papa Pio XI. Sua data comemorativa é dia 12 de outubro.⁶

E, por fim, a crença católica portuguesa conta que Nossa Senhora de Fátima apareceu para três crianças (Francisco, Jacinta e Lúcia), enquanto pastoreavam, em 1918, e pediu-lhes algumas coisas. Uma delas era a meditação do terço pelo fim das guerras. A crença afirma que a aparição se iniciou como um raio cortando o céu e surgiu uma senhora trajando branco, irradiando luz branca. Após essa primeira aparição, há relatos de ocorrência de outras, em que Fátima aparecia pedindo o mesmo objetivo de rezar pelo fim das guerras. Ela, portanto, foi considerada uma salvadora da humanidade.

Rosa (2017), seguindo uma análise da mitologia, da cultura e da psicologia analítica, aponta que o símbolo de Maria surge não à toa, e que este símbolo emerge para dar sentido à vivência dos indivíduos em determinadas épocas, por vezes controversas e difíceis.

Dessa forma, Rosa (2017) aponta que no México, anteriormente à aparição de Guadalupe, o país sofreu grandes dificuldades com as invasões da Espanha cristã. Ou seja, os nativos tiveram que lidar com a invasão de um Deus cristão, rifles, táticas de guerras. Assim, a autora afirma que Guadalupe é também um símbolo de resistência da cultura nativa pagã, visto que a imagem da santa ainda preserva muitos aspectos da antiga crença nativa.

Já o Brasil, na ocasião da aparição, o país vivia o ápice da imigração portuguesa, e com isso, ponto alto da escravidão no país.

Aparecida surge como uma imagem enegrecida, muito provavelmente pelo tempo que permaneceu no fundo das águas caudalosas do Paraíba do Sul. Um dos primeiros e principais milagres atribuídos à Virgem de Aparecida é a do escravo Zacarias, que, como último pedido ao feitor, quis visitar Aparecida. Lá chegando, frente à imagem, as correntes que prendiam seus braços se partiram. Essas correntes, segundo contam relatos e quadros disponíveis na própria Basílica de Aparecida, estão disponíveis para visitação no museu localizado na Torre Brasília, no Santuário Nacional de Aparecida. (ROSA, 2017, p. 42).

A autora ainda aponta que no caso de Portugal, o pedido de Fátima estava relacionado com a revolução bolchevique, a Segunda Guerra Mundial e a ideologia marxista. Ou seja, na época em que a Europa se sentia órfã diante da morte e da destruição, surge uma mãe salvadora.

Google Trends - Relevância e Recorrência dos Símbolos Marianos

De acordo com Seifter et al. (2010), atualmente, a internet pode ser uma ferramenta poderosa na prospecção de dados para o descobrimento de epidemias. Os autores analisam especificamente doenças de cunho biológico, porém a metodologia utilizada por eles pode ser aplicável a fenômenos de outras áreas do conhecimento que almejam informações do comportamento humano.

⁶ Cf. AcademiaMarial (2018).

Os autores apontam que, na sociedade contemporânea, muitos indivíduos utilizam demasiadamente mecanismos de pesquisa para procurar palavras-chave de seus interesses. Assim, o grande número de pesquisas realizadas por meio de *sites* populares cria dados que revelam tendências e que podem ser analisados ao longo do tempo para identificar se essas tendências são recorrentes, quando iniciam e cessam. No caso dos autores, eles discorrem especificamente sobre os surtos de doenças biológicas, porém, nada impede que se utilize o mesmo mecanismo para identificar “surtos psicológicos ou imaginários coletivos”, ou melhor, em sentido amplo, comoções coletivas.

A ferramenta em questão é o Google Trends,⁷ recurso que permite aos usuários representar em gráficos a frequência e intensidade das buscas por um termo no site do Google. Pode-se utilizar uma sequência de termos múltiplos ou até uma frase.

Seifter et al. (2010) relacionam a Doença de Lyme, uma doença transmitida pela picada de um carrapato, com as pesquisas do Google de seus sintomas. No Gráfico 1, os autores demonstram como é um processo de surto da doença, no período de 1 ano. Assim como qualquer outra epidemia, ela inicia-se com poucos indivíduos, se espalha e cessa após um período.

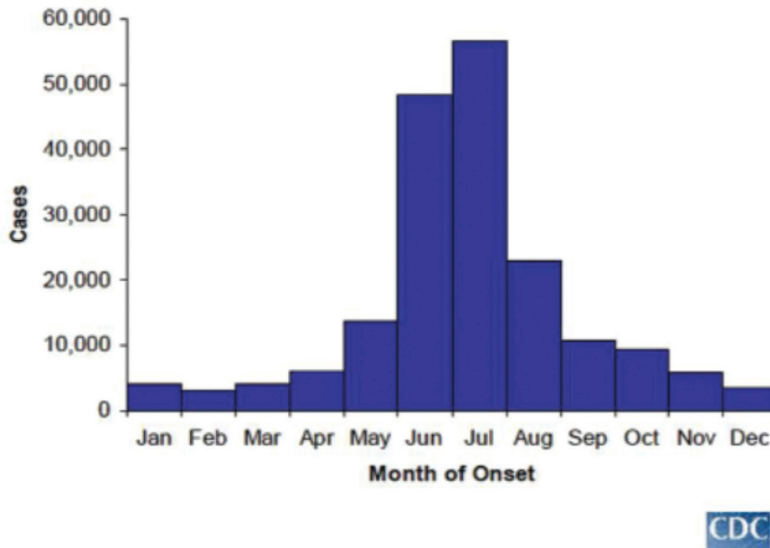


Gráfico 1 – Gráfico de Epidemia Durante 1 ano. Fonte: Seifter et al. (2010).

7 Cf. Google Trends (2018).

Os autores, então, inseriram no Google Trends os sintomas da Doença de Lyme, como “tosse”, “mordida de carrapato” e o próprio termo “Doença de Lyme”, e escolheram um período de 5 anos. No Gráfico 2, pode-se conferir o termo “Doença de Lyme” em azul; “mordida de carrapato” em laranja; e “tosse” em vermelho; o índice de volume de pesquisa refere-se ao número de pesquisas para esses termos em relação ao número total de pesquisas realizadas no Google ao longo do tempo.

Portanto, comparado ao gráfico acima, os autores descobriram que os surtos da doença correspondem à intensidade e à

relevância de pesquisas do Google, especificamente nos verões norte-americanos. Sabendo disso, pode-se averiguar uma recorrência do surto da Doença de Lyme ao longo de 5 anos (período máximo de pesquisa do Google Trends na época). Porém, o termo “tosse” apresentou também uma alta nos invernos, o que se explica devido a outro surto, o da gripe.

Vale, para este trabalho, entender principalmente o processo dos surtos que os autores apontam. Ou seja, assim como supracitado, os surtos possuem um início, um ápice/efervescência e um fim/esfriamento, reiniciando ou não posteriormente.

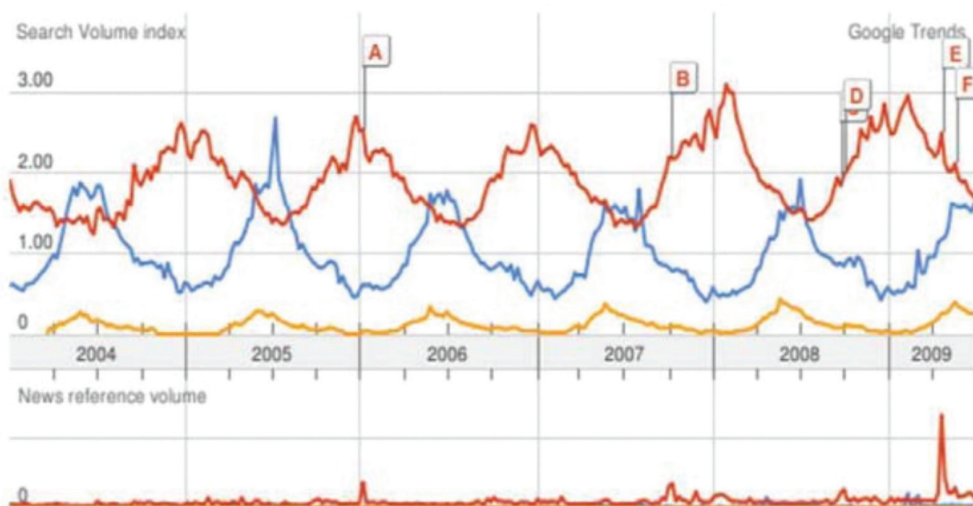


Gráfico 2 - Gráfico de Epidemia Durante 5 anos. Fonte: Seifter et al (2010).

O Google Trends também foi utilizado para identificar se há uma comoção coletiva das devoções marianas ao longo dos anos. Atualmente, a ferramenta permite uma pesquisa desde o ano de 2004 até 2018. Utilizaram-se três termos julgados

principais e específicos para a identificação de uma comoção coletiva: “Nossa Senhora de Fátima”, em azul; “Nossa Senhora Conceição Aparecida”, em vermelho; “Nossa Senhora de Guadalupe”, em amarelo.

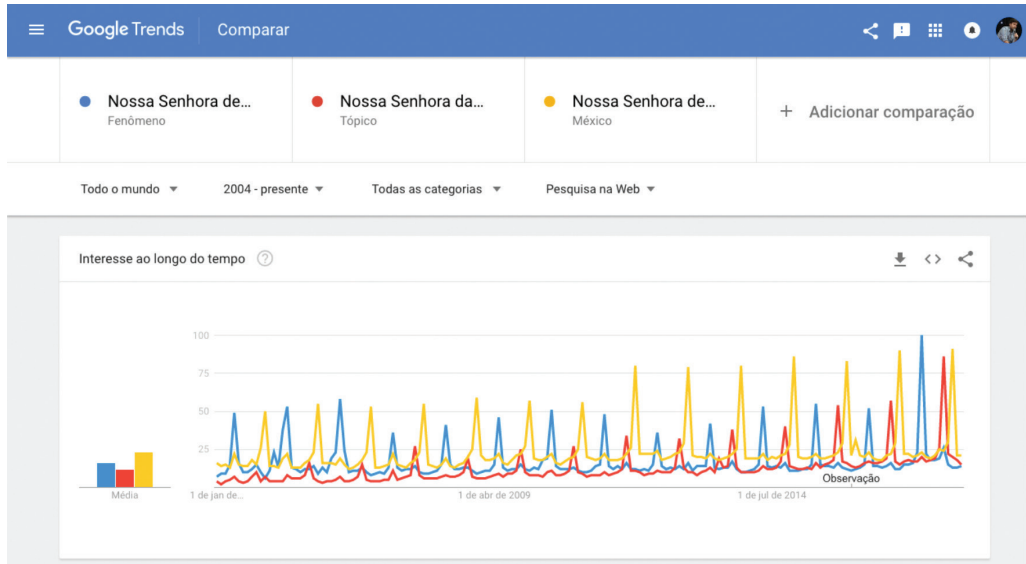


Figura 2 – Google Trends Recorrência. Fonte: Google Trends (2018).

O resultado é semelhante ao caso de Seifter et al. (2010): o Google Trends revelou uma comoção coletiva que possui repetidos início, esfriamento e ápice/efervescência ao longo de 14 anos. As comoções coletivas acontecem nos meses de

maio, outubro e dezembro, dias de suas aparições. Elas ocorreram em variados locais do globo, como em todo o continente americano, da Oceania; grande parte da Europa; e partes da África, da Ásia (Figura 3).



Figura 3 – Google Trends Localidade. Fonte: Google Trends (2018).

Interessante observar que, apesar de Guadalupe, Aparecida e Fátima terem datas específicas de aparição, nesses meses a comoção coletiva acontece para as três, ou seja, mesmo que seja dia de Aparecida, há uma comoção coletiva para Guadalupe e Fátima também, em maior ou menor intensidade. E, por fim, o gráfico ainda revela um aumento da comoção coletiva nos últimos anos.

Este fenômeno da comoção coletiva, neste trabalho, será denominado de Contágio Imaginário (ou Psíquico).⁸ Pode-se considerar que ele teve início com as aparições e é recorrente de tempos em tempos, tendo o seu ápice, por exemplo, no dia em que ocorreu cada aparição, em que se realizam cerimônias religiosas, festas etc., cessando ou “esfriando” logo após o ápice. Dessa forma, é necessário agora discutir o fenômeno do Contágio Imaginário aqui observado.

Contágio Imaginário

Jung (2012), nas palestras de Eranos, em 1940, foi um dos pioneiros a trazer a problemática da emergência das imagens marianas na Igreja Católica. O autor aponta que Maria, apesar de não participar da trindade cristã (Pai, Filho e Espírito Santo), emerge contemporaneamente do Inconsciente Coletivo com grande força. O autor, portanto, já sugere que haveria esta emergência da figura de Maria na sociedade contemporânea. Jung (2012) acertou na sua sugestão.

É interessante perceber que as aparições e a devoção à Maria não partem da instituição Igreja para seus discípulos, mas o contrário. Esse é um leve indício de que Maria emerge naturalmente (compensatoriamente) do Imaginário Cultural e não há aí qualquer imposição dogmática da instituição Igreja. Só atualmente ela começa a ser reconhecida pela Igreja e tomar o seu lugar. Exemplos disso são apontados por Rosa (2017), como a visita do Papa ao Brasil em comemoração aos 300 anos da aparição de Aparecida e aos 100 anos de Fátima.

Dessa forma, o que está no cerne do fenômeno das imagens e aparições marianas é produto cultural, proveniente do Imaginário Cultural. A força arcaica mencionada por Jung (2012) e reafirmada por Rosa (2017) é uma força de imagem primordial (arquétipo):⁹ a da Grande Mãe.

Embora os templos dedicados à Virgem Maria nos diferentes continentes estejam investidos das características culturais locais, em que aspectos como geografia, história da civilização local, entre outros pontos, “moldam” o culto, nossos estudos mostram que a matriz que impulsiona a crença nas aparições é a mesma: a sobrevivência dos cultos pagãos à Grande Mãe. (ROSA, 2017, p. 53).

Rosa (2017), na pesquisa *in loco*, discute sobre a emergência dessa imagem primordial, presente em cultos pagãos da Grande Mãe, bem como nos templos de

⁸ Esse fenômeno já foi estudado em outro artigo. Cf. CONTRERA; TORRES, 2017.

⁹ “Os arquétipos são de certa forma os fundamentos da psique consciente ocultos na profundidade ou, usando outra comparação, suas raízes afundadas não só na terra, em sentido estrito, mas no mundo em geral. Os arquétipos são sistemas de prontidão que são ao mesmo tempo imagens e emoções” (JUNG, 2011c, p. 40).

devoção marianos. Seguindo este pensamento, pode-se sugerir também que as próprias aparições foram uma emergência do arquétipo.

Vemos que este arquétipo emerge com muita força, e a busca por essa energia, por essa ânsia de estar no templo, em meio a tantas pessoas, pode representar o retorno ao útero. Os próprios templos apresentam, na simbologia de suas paredes, pisos e construção, uma quantidade de elementos que reafirmam essa questão. (ROSA, 2017, p. 53).

Essa ideia responde por que as três santas têm relevância e intensidade nas buscas do Google em cada data comemorativa de Maria. Como o arquétipo é o mesmo, ele emerge próximo às datas das aparições, e os símbolos são lembrados, seja de Guadalupe, de Aparecida ou de Fátima.

Esse excerto sobre o que se passa nos templos quando indivíduos estão em meio à efervescência do arquétipo da Grande Mãe e, como visto, no ápice do Contágio Imaginário, revela um arrebatamento emocional dos participantes do ritual. Esse arrebatamento, Neumann (2006) denomina de “Comoção Biopsíquica”, ou seja, um estado alterado de consciência que cria uma dinâmica que envolve pulsões, instintos, afetividades e paixões dos participantes, envolvendo suas dimensões biológica (o corpo) e psicológica (mente e alma). “Quando o conteúdo atuante do inconsciente é reconhecido, impõe-se à consciência, assumindo a forma simbólica de uma

imagem” (NEUMANN, 2006, p. 20). Isto é, a emergência de conteúdos do Imaginário Cultural à consciência se dá por meio dos símbolos, como Guadalupe, Aparecida e Fátima.¹⁰

Em síntese, Neumann (2006) explica brevemente como um arquétipo emerge à consciência humana, trazendo sua carga emocional de *pathos* e afetos diante do símbolo.

Porém, há nesse mesmo fenômeno outra dimensão da comoção não explicitada pelo autor supracitado: a dimensão coletiva do fenômeno, ou seja, a dimensão grupal.¹¹ Miklos (2012) aponta que os símbolos não somente criam uma relação entre o arquétipo (divino) e um indivíduo (comoção biopsíquica), mas, especialmente, eles criam uma relação entre os indivíduos em si. Essa relação o autor denomina de *religare* ou de vínculo. Essa ligação entre humanos pelo Imaginário Cultural foi responsável, por exemplo, por uni-los e promover um sentimento de pertença de grupo, como o das devoções marianas, mas também os diferenciou e os separou, gerando guerras e movimentos, como o nazismo e a Segunda Guerra Mundial. Portanto, o *religare*, em poucas palavras, é uma afecção (de união ou repulsão) mútua entre seres humanos.

O Contágio Imaginário é o processo pelo qual os conteúdos arquetípicos criam, reafirmam e transitam a/na ligação entre seres humanos (*religare*, vínculo etc.). É um processo de afecção, em que um indivíduo afeta e é afetado por outro, o qual também afeta e é afetado por *outrem*. Nessa dinâmica de afecção, cria-se um grupo de pertença. Estes grupos possuem números

10 Conceitualmente, podem-se aproximar as expressões “Inconsciente Coletivo” e “Imaginário Cultural”.

11 Evitou-se utilizar a palavra “social”, pois pode haver uma confusão de entendimento que atribui o fenômeno da Comoção Coletiva a um fenômeno social, já que esse fenômeno é cultural.

de adeptos variáveis e duração variável.¹² O processo é pautado pelas emoções e, como supracitado, provém do Imaginário Cultural. Em outro estudo, este processo foi decupado e analisado a partir de diversos exemplos, porém, no outro estudo, ele foi denominado de Contágio Psíquico.¹³

Lançando o olhar em rituais arcaicos, pode-se entender que a criação dos vínculos entre indivíduos está presente nos rituais iniciatórios, que desenvolvem o sentimento de pertença nos indivíduos, por meio da emergência de um arquétipo/instinto, seja nos rituais que envolvem música, dança, pinturas até os de sobrevivência ao perigo, à enfermidade etc. Porém, quando já iniciado, o ritual serve para reafirmar os vínculos entre indivíduos, “constituindo uma memória comum, estabelecendo um imaginário” (CONTRERA, 2005, p. 116). Nessa dinâmica, em suma, tanto na criação dos vínculos quanto na reafirmação deles, há compartilhamento desses conteúdos arquetípicos/instintivos entre os indivíduos de um grupo, de maneira, que um indivíduo pode acender as emoções da imagem primordial em *outrem*. Daí, dá-se o Contágio Imaginário (ou Psíquico). Porém, como é possível que um indivíduo acenda uma emoção em *outrem*?

Mimese e Empatia

A dúvida que prossegue neste trabalho também foi de Jung (2011b), quando ele mesmo discorreu sobre o fenômeno do “contágio mental” e da sugestionabilidade humana perante os seus semelhantes.

Pode-se considerar que o “contágio mental” de Jung (2011b) seja um sinônimo do Contágio Imaginário aqui discutido. Para o autor, o ser humano possui uma capacidade ímpar de imitação de outros seres humanos.

A psicologia social não pode prescindir da imitação, pois sem ela seriam simplesmente impossíveis as organizações de massa, o Estado e a ordem social. A base da ordem social não é a lei, mas a imitação, este último conceito abarcando também a sugestionabilidade, a sugestão e o contágio mental. Podemos constatar diariamente como se usa e abusa do mecanismo da imitação, com o intuito de chegar-se a uma diferenciação pessoal: macaqueia-se alguma personalidade eminente, alguma característica ou atividade marcantes, obtendo-se assim uma diferenciação externa, relativa ao ambiente circundante. Poder-se-ia dizer que então, como que por castigo, intensifica-se a semelhança com o espírito do ambiente, a ponto de chegar-se a uma identificação compulsiva inconsciente com o mesmo. (JUNG, 2011b, p. 43-44).

Essa capacidade de imitar um semelhante visando a uma ação coletiva é um processo comum e central na constituição e no desenvolvimento de uma sociedade, de um grupo etc., segundo Gebauer e Wulf (2004).

Gebauer e Wulf (2004) denominam este fenômeno de Mimese. Ressalva-se que a mimese não se dá somente por mera imitação cênica, mas por um “agir em conjunto”

12 Mackay (2002) aponta diversos exemplos sobre o fenômeno.

13 Cf. CONTRERA; TORRES, 2017.

genuíno, ou seja, em uma dinâmica de retroação¹⁴ do *modus operandi* social, enraizado na cultura. Essa retroação garante a adaptação, a sobrevivência e o fortalecimento de um indivíduo em um sistema e do próprio sistema (como uma sociedade, um grupo etc.).

A capacidade mimética do ser humano se dá por uma relação sensitiva – a capacidade do ser humano de importar o mundo exterior para dentro de si, processá-lo e agir de volta sobre ele. Este processo, de acordo com os autores, possui um baixo grau de processo cognitivo, portanto, a mimese está aquém da racionalidade.

Por isso, Jung (2011b) sugere o alto grau de sugestibilidade dos indivíduos, o que leva ao “contágio mental” ou o que Gebauer e Wulf (2004) denominam de “contaminação mágica”, ou então o que aqui se intitula “Contágio Imaginário”, como visto: a identificação e afecção de um indivíduo com a própria Sombra e a Sombra dos outros (Inconsciente Pessoal e Coletivo ou Imaginário Cultural). Daí, seguindo o pensamento junguiano, a consequência seria um *Woodstock*, uma Guerra Mundial, ou então Aparições Marianas.

Usaram-se esses exemplos, pois para Jung (2011b) e para Gebauer e Wulf (2004), esse fenômeno é amoral. A teoria junguiana e as obras do autor sempre afirmaram que a alma é amoral. E “nos atos miméticos não

há diferenciação nem entre verdadeiro e falso, nem entre bem e mal” (GEBAUER; WULF, 2004, p. 38). Talvez a mimese seja também uma ação da alma (coletiva).

Conclusão

Viver em grupo, compartilhar gostos e comportamentos são atos que auxiliam a definição de identidade de um grupo de indivíduos/ou sociedade. E esse também é um desejo da psique humana, que se ancora em elementos, conforme vimos acima, que promovem a partilha de sensações e emoções para reafirmar a comunicação pelos afetos.

A Grande Mãe é um símbolo universal. Promover possibilidades de partilha de sensações, já que essa universalidade evoca emoções e união, certamente é um dos principais fatores motivadores para que milhares de indivíduos se dirijam aos templos de Aparecida, Fátima e Guadalupe. São maneiras de se ampararem neste forte arquétipo para se resguardar de uma crise simbólica cada vez mais evidente em dias atuais¹⁵.

Desta feita, momentos que promovam um contágio imaginário, como visto acima, tendem ao crescimento, para que haja um “re-conhecimento”, ou seja, um “re-fazimento” entre indivíduos por meio do simbólico. E isso promove um “agir em conjunto”, um contágio.

14 Para o significado deste termo, lembro o processo do turbilhão. Cada momento do turbilhão é, ao mesmo tempo, produto e produtor. Um processo recursivo é um processo onde os produtos e os efeitos são ao mesmo tempo causas e produtores do que os produz. Temos o exemplo do indivíduo, da espécie e da reprodução. Nós, indivíduos, somos os produtores de um processo de reprodução que é anterior a nós. Mas uma vez que somos produtos, nos tornamos os produtores do processo que vai continuar. Esta ideia é válida também sociologicamente. A sociedade é produzida pelas interações entre indivíduos, mas a sociedade, uma vez produzida, retroage sobre os indivíduos e os produz. Se não houvesse a sociedade e sua cultura, uma linguagem, um saber adquirido, não seríamos indivíduos humanos. Ou seja, os indivíduos produzem a sociedade que produz os indivíduos. Somos ao mesmo tempo produtos e produtores. A ideia recursiva é, pois, uma ideia em ruptura com a ideia linear de causa/efeito, de produto/produtor, de estrutura/superestrutura, já que tudo o que é produzido volta-se sobre o que produz num ciclo ele mesmo autoconstitutivo, auto-organizador e autoprodutor (MORIN, 2005, p. 74).

15 Cf. CONTRERA, 2016.

Embora esse fenômeno pareça um tanto quanto contraditório, ele inclina a um movimento intrapessoal e interpessoal para dar sentido à vivência e à perpetuação da espécie humana, e o *religare* encontra um cenário ideal para isso nos locais (das casas aos templos) ao redor da devoção mariana.

Gilbert Durand aponta o caminho: “o nosso tempo retomou a consciência da importância das imagens simbólicas na vida mental [...]”, o que reforça a afirmação de que os conteúdos do Imaginário Cultural emergem na consciência humana e afetam cada vez mais indivíduos, constituindo um elemento de reconhecimento entre grupos.

Referências bibliográficas

- SAMPEL, E. Nossa Senhora Aparecida quem é? **A12**, Academia Marial, 02 set. 2019. Disponível em: <https://www.a12.com/academia/palavra-do-associado/nossa-senhora-aparecida-quem-e> Acesso em: 26 mai. 2020.
- CONTRERA, Malena Segura. Ontem, Hoje e Amanhã: sobre os rituais midiáticos. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 28, dez. 2005.
- CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera**: meios, imaginário e desencantamento do mundo. 2. ed. Porto Alegre: Imaginalis, 2017.
- CONTRERA, Malena Segura; TORRES, Leonardo. Imaginário e Contágio Psíquico. **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n. 40, p. 11-22, set./dez. 2017. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/73671/43474>. Acesso em: 22 nov. 2017.
- GEBAUER, Gunte.; WULF, Christoph. **Mimese na Cultura** – agir social, rituais e jogos, produções estéticas. São Paulo: Annablume, 2004.
- GOOGLE TRENDS. 2018. Disponível em: <https://trends.google.com.br/trends/explore?date=all&q=%2Fm%2F01kzr2,%2Fm%2F0818dm,%2Fm%2F0hkc3>. Acesso em: 6 fev. 2018.
- JUNG, Carl Gustav. **AION** – Estudos Sobre o Simbolismo do Si-Mesmo. Petrópolis: Vozes, 1982.
- JUNG, Carl Gustav. **Símbolos da Transformação**. Petrópolis: Vozes, 1995.
- JUNG, Carl Gustav. **A Natureza da Psique**. Petrópolis: Vozes, 2017.
- JUNG, Carl Gustav. **O Homem e Seus Símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.
- JUNG, Carl Gustav. **Aspectos do drama contemporâneo**. Petrópolis: Vozes, 2011a.
- JUNG, Carl Gustav. **O Eu e o Inconsciente**. Petrópolis: Vozes, 2011b.
- JUNG, Carl Gustav. **O espírito na arte e na ciência**. Petrópolis: Vozes, 2011c.
- JUNG, Carl Gustav. **Interpretação Psicológica do Dogma da Trindade**. Petrópolis: Vozes, 2012.

MACKAY, Charles. **Ilusões Populares e a Loucura das Massas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2002.

MIKLOS, Jorge. **Ciber-religião**: A construção de vínculos religiosos na cibercultura. 1a. ed. São Paulo: Ideias e Letras, 2012.

MORIN, Edgar. **Cultura de massas no século XX**. São Paulo: Forense-Universitária, 1990.

MORIN, Edgar. **O método 4**. Lisboa: Publicações Europa-América, 1992.

MORIN, Edgar. **Introdução ao pensamento complexo**. Trad. Eliane Lisboa. Porto Alegre: Sulina. 2005.

NEUMANN, Erich. **A Grande Mãe**: um estudo fenomenológico da constituição feminina do inconsciente. São Paulo: Cultrix, 2006.

NOSSA SENHORA DE GUADALUPE – PADROEIRA DO MÉXICO E AMÉRICA LATINA. **Nossa Senhora das Américas**, mai. 2010. Disponível em: <<http://nossasenhora-dasamericas.blogspot.com/2010/05/nossa-senhora-de-guadalupe-padroeira-do.html>>. Acesso em: 26 mai. 2020.

APARECIDA RECEBE MAIS DE 150 MIL FIÉIS NO DIA DA PADROEIRA. **Portal-ig**, São Paulo, 12 out. 2011. Disponível em: <<http://ultimosegundo.ig.com.br/brasil/sp/aparecida-recebe-mais-de-150-mil-fieis-no-dia-da-padroeira/n1597269934746.html>>. Acesso em: 6 fev. 2018.

PRESSKIT IMPRENSA SANTUARIO NACIONAL. **A12**, 2015. Disponível em: https://www.a12.com/source/files/originals//presskit_sna_2015_web.pdf. Acesso em 10 de janeiro de 2018. Acessado em: 20 mar. 2015.

ROSA, Flavia Gabriela da Costa. **Ressonância do Imaginário Cultural nas devoções marianas**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Paulista, São Paulo, 2017.

SEIFTER, Ari; SCHWARZWALDER, Alison, GEIS, Kate; AUCOTT, John. The utility of “Google Trends” for epidemiological research: Lyme disease as an example. **Revista Geospatial Health**, v. 4, n. 2, p. 135-137, 2010. Disponível em: <http://www.geospatialhealth.net/index.php/gh/article/view/195>. Acessado em: 6 fev. 2018.

Data de recebimento: 11/12/2019

Data de aceite: 29/03/2020

Dados dos autores:

Flávia Gabriela da Costa Rosa

<http://lattes.cnpq.br/3509308638718463>

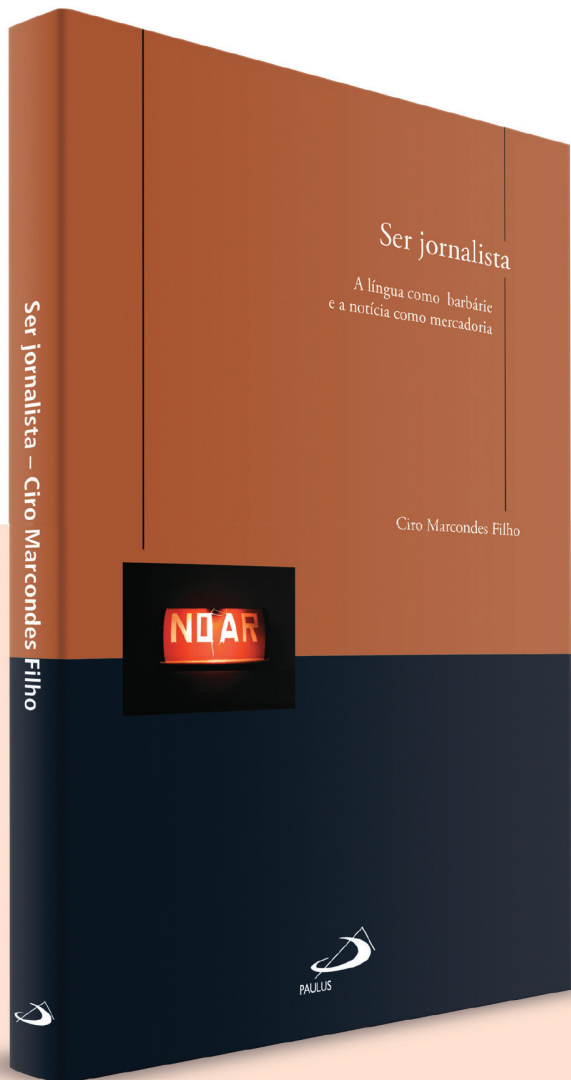
Doutora em comunicação pelo PPGCOM da Unip. É mestre pelo PPGCOM da mesma universidade. É membro do Grupo de Pesquisa em Mídia e Estudos do Imaginário. E-mail: jornalista.gabriela@gmail.com

Leonardo Souza Torres

<http://lattes.cnpq.br/1932744939620706>

Doutorando em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista de São Paulo. Foi Bolsista CAPES PROSUP. É também mestre em Comunicação pela mesma universidade. No mestrado, foi gratificado com Bolsa da CAPES PROSUP – dedicação exclusiva. É Representante Discente no Doutorado. Pós-graduando em Psicologia Analítica pelo Instituto Junguiano e Ensino e Pesquisa. Possui graduação em Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda pelas Faculdades Dom Bosco do Rio de Janeiro. Produziu eventos como TEDxAEDB, IX Simpósio da ABCiber e VI ComCult. Pesquisa o imaginário técnico e tecnológico, a tecnossacralidade e suas relações na sociedade e na cultura. E também, pesquisa o Contágio Psíquico e Imaginário. É membro do Grupo de Pesquisa Mídia e Imaginário. E ainda, é/foi docente na pós-graduação e na graduação em Universidades de São Paulo. ResearcherID: G-7222-2018. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0511-8775>

280 páginas



Ser jornalista

A língua como barbárie e a notícia como mercadoria

Ciro Marcondes Filho

Seria a informação uma coisa séria demais para ser confiada a jornalistas? Até que ponto os clichês se antepõem aos fatos e a imprensa noticia sobre o que não ocorreu? Afinal, se é verdade que tudo o que conhecemos só o conhecemos depois que a TV Globo ou o jornal das oito informou, é importante saber o que faz a cabeça destes que nos formam. Quem efetivamente os forma? É o que você vai descobrir nesta obra fundamental de Ciro Marcondes Filho!

paulus.com.br/loja
11 3789-4000 | 0800-164011
vendas@paulus.com.br

  
@editorapaulus


PAULUS