



IMAGEM ARQUETÍPICA – um olhar para o invisível

Luciana Aires Mesquita (UNICAMP)

Resumo:

Síntese sobre o método hillmaniano de como trabalhar para trazer a qualidade arquetípica à imagem e indicação do método para a amplificação do campo imaginal do ator.

Palavras-chave: *imagem arquetípica, James Hillman, fazer imagem, função valorativa, metáfora, campo imaginal*

Abstract:

Synthesis on the hillmanian method of how to work to bring an archetypal quality to the image and suggestion of the method for the amplification of the actor's imaginal field.

Key-words: *archetypal image, James Hillman, image making, value, metaphor, imaginal field*

O que fabrica a loucura é o literalismo.

James Hillman

Gostaria de completar as discussões deste *VI Simpósio Internacional Reflexões Cênicas Contemporâneas*, com uma breve reflexão sobre imagem arquetípica na visão hillmaniana, no intuito de enriquecer as discussões que foram aqui levantadas sobre imagens enquanto mercadoria, sendo estas manipuladas de acordo com as pesquisas de mercado e, por consequência, tornam-se domesticadas e pacificadas em ambientes igualmente padronizados. Leio: sem alma. Sem diferença, sem tensão, sem textura, sem humor, sem imaginação. Tentarei trazer uma possível reversão desta “anestesia” pelo sentido de amplificação do campo imaginal ou ao menos indicar algumas premissas hillmanianas que podem possivelmente auxiliar nos processos criativos.

James Hillman, escritor e pensador junguiano, desenvolveu a psicologia arquetípica e considera que qualquer imagem pode ser arquetípica e que, arquetípico, enquanto descrição de imagem, é redundante uma vez que não tem função descritiva. Arquetípico, no sentido hillmaniano, nos aponta para algo que tem *valor*, ou seja, quando adicionamos a palavra arquetípica à imagem, esta passa a ter um significado mais profundo, rico, vasto, fecundo, generativo, necessário e universal.

Autor de *Cem anos de psicoterapia e o mundo está cada vez pior*, Hillman não ignora o mundo deteriorado e questiona os estudos da psicologia que não têm um olhar para o mundo, para “fora”, apenas para “dentro”. Em diálogo com Ventura: “as casas estão doentes, as instituições estão doentes, o sistema bancário está doente, as escolas, as ruas...a doença está *aqui fora*”. (1992: 14). E é através deste reconhecimento que Hillman propõe “fazer alma”. Seu método seria, em primeira instância, ficar com a imagem. Atentarmo-nos a ela e considerá-la completa tal como se apresenta, em sua integridade. Assim, podemos então escutá-la metaforicamente, deixando que se amplie por ela mesma para que possamos descobrir aspectos escondidos dentro da própria imagem, uma vez que veremos também sua *necessidade*. Para tanto, pede-se precisão, no sentido de ver como a imagem é apresentada, observando suas qualidades, mesmo quando imprecisas -- se vagas ou indiferentes ou mesmo sendo apenas um fragmento --, essas são também qualidades da imagem. O mesmo se aplica para a imagem que advém de textos, objetos, visões, sonhos.

Uma vez que se assume a perspectiva subjetiva, conexões aparecem e a imagem passa-se a revelar com uma profundidade mais envolvente, a imagem amplia ela mesma.

James Hillman nos antecipa que não são os símbolos¹, que fazem da imagem uma imagem arquetípica. Para Hillman, ““arquetípico” é o resultado de uma operação dada não com a imagem, mas com o que acontece com a imagem - uma função de *fazer* mais que uma função do *ser*.” (1977: 75, tradução nossa) Sendo assim, *image-making/fazer imagem*, traz significados sem nossos modos interpretativos usuais, pré-impostos e pré-julgados, uma vez que é no fazer, no diálogo com a imagem, no deixar-se imaginar que a imagem se revela, que vai se amplificando por ela mesma, trazendo em si sua própria alma.

Com muita cautela para não se cair no literalismo e padrões opressivos, James Hillman estabelece pelo menos catorze itens-alertas do que não fazer com a imagem. Tudo para não enquadrar a imagem em modos interpretativos que reduzem a amplitude do que uma imagem pode oferecer. Resumindo-os (Ibid. p. 77-78):

1. não amplificarmos símbolos referindo-se aos seus folclores, mitologia etc;
2. tentamos não dar importância pesando mais um aspecto que outro, uma vez que este movimento pode ser mais interpretativo que imagístico;
3. não lemos a imagem simbolicamente, que pode também levar à interpretação e distorção da imagem;
4. não usamos modelos de desenvolvimento, atribuindo funções psicodinâmicas;
5. não colocamos emoção, deixamos a sensação da imagem ficar com a imagem;
6. não pressionamos a imagem numa narração de sequência dramática;
7. sem drama -- não é necessário um protagonista ou antagonista, estes são entrelaçados com a imagem;
8. não moralizamos a imagem para encontrar aspectos positivos ou negativos ou julgamentos de progressivo ou regressivo;
9. não programamos a imagem;
10. não sexualizamos a imagem;
11. não patologizamos a imagem;
12. não personalizamos a imagem;
13. não corrigimos a imagem;
14. não mitologizamos a imagem.

Com um pouco mais de detalhamento, penso que cada uma dessas advertências

1 Sobre a diferenciação entre símbolo e imagem, Cf. Id. 1977: 64.

querem nos dizer que:

1. a premissa primeira é justamente não enquadrar a imagem em conceitos, significados e interpretações pré-estabelecidos, sejam símbolos, arquétipos ou mitos. Antes, a proposta é *escutar* a imagem para *ver* o que ela está falando. Hillman sugere: “Nós vemos através de nosso escutar e escutamos nosso olhar” (1979:130, tradução nossa). As imagens são multidimensionais e muito peculiares para cada um, uma vez que as sinestésias são diferenciadas de modo particular para cada ser. Aqui a proposta é deixar a imagem imaginar. Talvez seja esta a maior dificuldade: acessar o reino imaginal. Hillman sugere que se faz necessário um [re]treinamento de nossos sentidos para um despertar da sensibilidade, com força intuitiva. Quanto aos símbolos, mitos e arquétipos, estes estão na rede sutil da imagem, podem ser descobertos, mas antes: ficar com a imagem! E ver seu desvelar-se, instintivamente: com sensação e percepção. Sentir o cheiro da imagem, elas tem corpo, são animais².

2. não dar mais peso a um aspecto que outro para não cair em moralismos opressivos e interpretações “já sabendo”, tampouco não passar para outra imagem precocemente, sem antes se adentrar na imagem primeira a ser trabalhada e aprofundada;

3. a leitura simbólica pode distorcer a imagem ampliando-a para outro contexto, perdendo aqui a premissa básica que é “*stick to the image*/ficar com a imagem.” Insistentemente, Hillman nos fala que a imaginação pode falar por ela mesma sem emprestar termos conceituais.

4. James Hillman não usa o vocabulário comumente conhecido da psicologia, tais como transferência, complexos, etc. Para ele este vocabulário apenas reduz qualquer intimidade, tão necessária, para uma aproximação e diálogo com a *psyche* (alma);

5. não precisamos adicionar emoção na imagem uma vez que ela já se apresenta com emoção, melhor deixar o humor (que inclui o tédio, a raiva, a depressão, como nos lembra David Miller³) da imagem/cena/visão ficar na atmosfera da cena;

6. a narração dramática pode levar-nos para o fim da estória descartando possibilidades inusitadas ou nos enquadrando em sequências causais. Se seguimos linearmente, os sentidos ficam mais adormecidos do que num imaginar poético. As imagens

² Hillman traz o sentido de cheirar como melhor analogia para o sentir da imagem (1979: 140).

³ Para Miller, os humores não são aspectos do “eu” ou de um corpo objetivado, são mundos e pertencem à ecologia da religião e mito. Cf. MILLER. 1995: 69-82.

são dinâmicas, expressivas, livres e se multiplicam por elas mesmas. Precisamos apenas ficar com a imagem, foco na imagem.

7. Hillman prefere a “trama” que ao “herói” ou ainda, prefere ver o entrelaçamento, a tessitura, a textura que a imagem vai nos apresentando, a composição, o movimento. No diálogo com a imagem, pergunta-se primeiramente “quem” se apresenta e não o “por quê”. “O que”, “onde”, “quando”, “qual” também ajudam no foco para a imagem se desdobrar em revelações.

8. não moralizar: não literalizar a imagem, talvez seja a literalização o pior inimigo da visão arquetípica e afinal, “imagens não são nem boas nem ruins, falsas ou verdadeiras, demoníacas ou angelicais” (Id,1995a: 30).

9. não profetizar sobre o que irá acontecer, confiar no inusitado;

10. não sexualizar: há outros modos indiretos de acessos à imagem;

11. não patologizar: não importa o diagnóstico;

12. a imagem é ampla, universal, e portanto, amplia e despersonaliza;

13. não corrigir a imagem ou achar que seria melhor deste ou daquele jeito, mas sim permanecer “fiel à imagem” tal como ela se apresenta;

14. o inusitado aparece quando respondemos à imagem dialogando com ela mesma, assim o arquétipo pode ser revelado. No fazer, e não na imposição. Os mitos enriquecem o olhar, mas não são para serem impostos e literalizados.

Este último item 14, em especial, parece-me mais desafiador. O que, afinal, Hillman nos quer dizer com não mitologizar, uma vez que toda sua teoria nos solicita “uma sensibilidade arquetípica de que todas as coisas pertencem ao mito?” (Ibid. p. 68) Afinal, os mitos são os que melhor revelam os arquétipos. Uma ironia dentro da ironia? James Hillman *evoca* os deuses e os mitos sem cair no pré-concebido e literal nem, tampouco, no totalmente fenomenológico. Os arquétipos não são estereótipos e limitantes, pelo contrário, nos ampliam o olhar. Ampliar, abrir perspectivas são os propósitos do mito, e não reduzir. Parece-me que este item 14 é, antes, uma prevenção, como todos os itens anteriores, para não se adiantar no “já sei” e cair no esteriótipo de um dado deus ou deusa, o que seria uma redução grosseira do que se pode alcançar com a imaginação -- “base poética da

mente”⁴, sugerindo-nos que o trabalho com imagens restaura o sentido poético das coisas. E finalmente, é através da imagem que surge o arquétipo. Portanto: “para a pergunta o que é uma imagem arquetípica?, respondemos com uma investigação para dentro da imagem (e não para o arquétipo) e, assim, aparece uma situação inesperada” (Id, 1977: 85, tradução nossa). Ou seja, se ao dialogarmos com a imagem ela nos revela seu arquétipo e se temos o olhar para o invisível conseguindo reconhecê-lo, o clamor aqui é para tomá-lo, sempre, como metáfora. Deixar que a imagem revele o arquétipo e não impor o arquétipo à imagem. Encontrar a imagem do jeito que ela se apresenta numa atitude de “não saber”. E assim, o diálogo com a imagem ganha complexidade e novas dimensões, uma vez que o arquétipo inclui mais que exclui. Arquetipicamente falando, não há a preposição *mas*, e sim, e. Seguindo a perspectiva imaginal, a imagem volta a ter seu devido valor.

Hillman nos presenteia incluindo eu, você e todos que não são necessariamente psicólogos profissionais, aptos para o trabalho arquetípico. Na verdade, ele deseja sair das quatro paredes do consultório:

...arquetípico pertence a toda a cultura, a todas as formas de atividade humana, e não somente aos profissionais que praticam a terapêutica moderna. Pela definição tradicional, arquétipos são as formas primárias que governam a psique. Mas não podem ser contidos apenas pela psique, uma vez que também se manifestam nos planos físico, social, linguístico, estético e espiritual. Assim, os primeiros vínculos da psicologia arquetípica são mais com a cultura e a imaginação do que com a psicologia médica e empírica, que tendem a confinar a psicologia às manifestações positivistas da condição da alma do século XIX. (1995a: 21).

A psique não se separa da cultura. Tudo que pertence à cultura, pertence à psique. Tanto a psique produz cultura quanto a cultura alimenta a psique, uma via de mão dupla. E assim, não precisamos ser literais, tampouco, psicólogos. Este método pode ser usado por todos, ainda que o trabalho seja enriquecido se se adquire cultura estética, conhecimento dos mitos, experiências linguística, etimológica, dentre outras sensibilidades:

Nosso método pode ser feito por qualquer pessoa em análise ou fora. Não requer nenhum conhecimento especial – apesar que o conhecimento de símbolos pode ajudar culturalmente a enriquecer a imagem, e o conhecimento de expressões idiomáticas e vocabulário podem ajudar a ouvir mais a imagem. Ao deixar a própria imagem falar, estamos sugerindo que as palavras e seus arranjos (sintaxe) sejam os minérios da alma. [...] O que ajuda na mineração é um olho sintonizado com a escuridão. (Id, 1977: 82, tradução nossa)

⁴ “Base poética da mente” é uma tese de Hillman que nos diz que a psicologia arquetípica não começa nem na fisiologia do cérebro, na estrutura na linguagem, na organização da sociedade ou na análise do comportamento, mas sim nos processos da imaginação. (1995a: 32).

Acentuo este evocar libertador quando nenhum conhecimento em especial é pré-requisito, a não ser a sensibilidade, o refinamento ou a calma para ver através, ficando com a imagem, escutando-a metaforicamente, percebendo o que antes estava invisível. Os catorze itens acima com catorze não(s) são apenas para nos libertar de táticas e procedimentos e análises e interpretações enclausurantes.

James Hillman nos sugere, assim, uma liberdade desafiadora em ser arquetípico sem ser simbólico, mostrando-nos que a imagem não precisa conter símbolos, ser extravagante e ter efeitos para ser arquetípica, mas sim, tessituras, texturas, humores, disposição de ânimo que toda imagem apresenta, mesmo sendo a mais ordinária das imagens. Atentando sempre que essas analogias metafóricas, conexões escondidas que se ramificam em outros níveis e implicações múltiplas que não são literalmente evidentes, emergem a partir deste *fazer imagem*, deste *segundo olhar com intimidade*. Este é, finalmente, o trabalho de encontrar alma na imagem. Deixar com que a imagem fale por ela mesma, derivando-se daí implicações, suposições, *insights*, mais que conclusões, um movimento, mais que a coisa em si, “animando” o que antes estava anestesiado. Tecendo, encontrando, reconhecendo, entreolhando. Valorando, mais que descrevendo e interpretando. Ver a riqueza que pode ser subtraída da imagem, o subliminar, o invisível profundo, mesmo que em sua superfície possa parecer sem significado ou ordinário. Ver sua necessidade. Este é o desafio maior: tornar o invisível visível sem clausuras. Um desafio para artistas. E amantes sem medo das qualidades venusianas.

Hillman, que prefere o pronome arquetípico que analista, trabalha com sonhos enquanto imagens e acentua o não interpretar:

Analisar é como a minha fantasia do Zen, onde o sonho é o professor. Cada vez que você diz o que uma imagem significa, você tem seu rosto esbofetado. O sonho se torna um Koan quando o abordamos por meio de analogia. Se você pode literalizar um significado, “interpretar” um sonho, você está fora da pista, perdeu seu Koan. (Ibid. p. 87)

Hillman, além de sua prática com sonhos, foi também presidente do Panthéâtre⁵, dirigido por Enrique Pardo, na França. Nessa trilha arquetípica, todos são convidados a imaginar, uma função que passou a ser pecado na tradição judaico-cristã. Com as imagens, linguagem própria da psique, não há um certo ou outro errado, não há uma única verdade,

⁵ O Panthéâtre desempenha performance, treinamento para atores e estudos arquetípicos. Suas principais áreas de trabalho são a voz, seguindo a prática e a filosofia de Roy Hart, o teatro coreográfico e os estudos culturais, especialmente aqueles ligados à mitologia e ao trabalho do James Hillman. Mais ver: <http://www.pantheatre.com>

e podemos, inclusive, ignorar seu significado, deixando, antes, que fermente, ao invés de trazer uma verdade literal e dogmática. No pensamento hillmaniano, esta sugestão metafórica de ser taoísta nos coloca numa posição de não saber, numa inferioridade para se enxergar ficções subjetivas, ler as entrelinhas sem perder a totalidade.

A alma. Do latim, *anima*. Para Hillman, esta é sua metáfora básica. Resiste em trazer definição: “Por alma, entendo, antes de mais nada, uma perspectiva mais do que uma substância, um ponto de vista sobre as coisas mais do que a coisa em si.”(1995a: 40). De modo mais poético, “alma é o alvo da flecha, o material combustível do fogo, o labirinto no qual ele dança.”(1995b: 37).

Trago aqui preliminares de reflexões com o intuito também de abrir o questionamento, enriquecer e estender o tema para o campo das Artes da Cena e, mais especificamente para o trabalho do ator, que está todo o tempo trabalhando com imagens, buscando sentido e presença para suas cenas, personagens e que também trabalha com texto, justaposições e reversões em suas dramaturgias⁶. Afinal, parece-me que, como já nos dizia Joseph Campbell, interpretar as coisas que não são vistas é função própria dos artistas (CAMPBELL, 1993: 105).

Para mim estas idéias são muito inspiradoras e trazem em si, um caráter libertário, deixando-nos com a possibilidade de, inclusive, reverter padrões opressivos, re-imaginando, abrindo perspectivas múltiplas, com muitas fontes de significado, direções e valores – funções básicas do mito. Hillman nos conta que a psicologia arquetípica também poderia se chamar psicologia politeísta por proporcionar variedades de consciência, estilos de existência, revelando a pluralidade das formas arquetípicas, refletindo o nível pagão das coisas. Trazendo diálogos plurais, uma vez que os arquétipos se revelam *in tandem*, em pares. Fazendo um brinde à diversidade, à diferença.

E assim, Hillman nos convida a visitar outros campos de investigação especializados em imagem, como por exemplo a estética e a poética.⁷

A palavra em grego para percepção ou sensação era *aisthesis*, que significa, em sua origem, “inspirar” ou “conduzir” o mundo para dentro, a respiração entrecortada, “a-ha”, o “uhh” da respiração diante da surpresa, do susto, do espanto, uma

6 Neste sentido, David Miller, professor no Pacifica Graduate Institute e Syracuse University, pesquisa as “ideias por meio do *junktum* de Adler, a metáfora, a justaposição verbal, reversão e combinações originais dos pensamentos, dos campos, dos períodos, particularmente pelo humor, que permite que um sentido de ficção brilhe por meio de cada frase [...] uma *poiesis* das fronteiras. (apud HILLMAN, 2010b, p. 186)

7 Jung também faz este movimento em sua prática de imaginação ativa.

reação estética à imagem (*eidolon*) apresentada. Na psicologia grega antiga e na psicologia bíblica, o coração era o órgão da sensação, era também o lugar da imaginação. O senso comum (*sensus communis*) alojava-se dentro e em volta do coração e sua função era apreender imagens. (2010a: 93)

Hillman, para se fazer entender, clama:

Por favor, deixem-me insistir: por reação estética, não me refiro a embelezamento. Não quero dizer plantar árvores e ir a galerias. Não quero dizer nobreza, música ambiente suave, jardins bem cuidados – esse uso esterilizado e desodorizado da palavra “estética” que a destitui de seus dentes, língua e dedos. Beleza, feiura e arte não são nem a essência pura nem a base verdadeira da estética. Na interpretação neoplatônica, a beleza é simplesmente manifestação, a exposição de fenômenos, a *apresentação* da *anima mundi*: se não houvesse beleza, deuses, virtudes e formas não poderiam ser revelados. A beleza é uma necessidade epistemológica; *aisthesis* é como conhecemos o mundo. E Afrodite é a sedução, a nudez das coisas como elas se revelam para a imaginação sensual. (2010a: 98)

Enfatizando a poética, o coração imaginal, os arquétipos e seus mitos, o meu clamor é: não é uma questão de acreditar ou desacreditar, buscar significados, interpretações e entendimentos como muitas vezes ouço de colegas, *relax!*, mas em cultivar a base poética da mente, re-descobrimo, talvez, os arquétipos pagãos de nosso inconsciente, relembra-los, atualizá-los, renová-los, questioná-los, re-imaginá-los reconhecendo a rica pluralidade das formas arquetípicas como metáforas, que trazem perspectivas para os distintos modos de consciência. Seu método é ver através da imagem e escutar através de metáforas. Seu propósito não é um estudo das estruturas clássicas e acadêmicas, nem tem a intenção de prover modelos para o desenvolvimento e ajuda pessoal. Na visão de Hillman, os arquétipos são significados de alma, são nossos parceiros reflexivos. São padrões universais da imaginação, o *universali fantastici*, são os conteúdos básicos das tradições, são trans-históricos, geradores, instintivos e afetivos, intencionais, com conhecimentos à priori, metáforas míticas carregadas no inconsciente coletivo, fatores psíquicos. Estes padrões não nascem apenas dos indivíduos, mas das situações da vida, da natureza, da sociedade. Os sonhos, as artes, a literatura são manifestações da alma. *Esse in anima*, estar em alma, é o propósito de vida, e o método arquetípico por excelência é o cultivo da imaginação, base primeira da psique. Na origem pagã grega, nenhum deus nega ser o que é e nenhum ignora o outro. A diversidade no politeísmo constitui-se de boas histórias criadas pelos poetas para nos relacionarmos com os outros, conosco, e com o mundo em seus atributos simbólicos, paisagens, animais, plantas, estilos de reflexão, intimidades. E

finalmente, questiona o dilema “Leste e Oeste”, nos direcionando para o Sul, etnicamente, geograficamente, culturalmente e simbolicamente:

Despertar o coração imaginativo e sensitivo deslocaria a psicologia de uma reflexão mental em direção a um reflexo estimulante. [...] Com o coração, entramos imediatamente na imaginação. Quando o cérebro é considerado o centro da consciência, procuramos localizações literais, ao passo que não podemos considerar o coração com o mesmo literalismo fisiológico. O movimento para o coração já é um movimento de *poesis*: metafórico, psicológico. (Id, 2010a: 95)

Quando Hillman nos chama a atenção para a função transcendente da imagem, evoca a *anima mundi*, a alma do mundo em um mundo sem alma. Com toda a urgência ecológica, com guerras insanas e políticas erosivas, a alma do mundo nos chama a atenção, nos clama por cuidados, e assim, James Hillman retorna à Grécia para algum *insight* psicológico. A Grécia, até seu silenciar-se, com a proibição de sua cultura politeísta e imaginativa, pela imposição e aculturação da tradição judaico-cristã, monoteísta e dogmática, foi origem de nossa raiz ocidental num fervilhar de idéias, em seu permanente fazer mitopoético, deixando-se contagiar e recriando sua própria cultura com fortes influências africanas e orientais – são muitos os deuses com clara descendência do Egito, Mesopotâmia e Ásia. James Hillman re-visita os deuses da Grécia Antiga e a filosofia neoplatonista. Os gregos dão uma dupla significação ao mito: uma estória inventada, uma ficção, algo para não se acreditar, mas também uma estória eterna, primordial, fundação básica que revela uma verdade profunda. O politeísmo grego, que funciona mais como psicologia e menos como religião, traz a tradição do inconsciente imaginativo, contendo uma extraordinária riqueza psicológica que combina complexidade e qualidade sistemática. É alta a sua qualidade e ultrapassa fronteiras geográficas e linguísticas. Como nos lembra Hillman, grandes nomes como Racine, Goethe, Hegel, Nietzsche, para mencionar apenas alguns poucos, nunca estiveram na Grécia, mas imaginaram a Grécia e seus mitos. (Id, 2010c: 92). Aqui no Brasil, temos as ricas raízes indígenas e africanas que ainda devem ser devidamente e valorosamente consideradas e incluídas. Nós somos gregos, além de outras influências como também discorre a autora arquetípica, Ginette Paris⁸. Talvez a maior sombra brasileira é o não reconhecimento de que também temos alma indígena⁹. O olhar arquetípico inclui.

8 Ginette Paris defende o modo politeísta antigo em contraposição ao monoteísmo corrente. Cf. PARIS, 1994.

9 Para uma análise sobre a formação da alma brasileira com uma visão arquetípica, Cf. GAMBINI, 2000.

Considerando o florescimento da Grécia Antiga que muito influenciou no que hoje chamamos de civilização ocidental, esclareço que a proposta aqui não é retornar à Grécia historicamente, nem utopicamente, mas re-descobrir os arquétipos de nossa mente e de nossa cultura. Assim, a Grécia passa a ser um espelho multifacetado, no qual a psique se reconhece em suas diversas personalidades que o monoteísmo corrente não reintegra ou não reconhece. O Panteão Grego é um sistema fantástico, inspirador e não dogmático, portanto, libertário e aberto a novas considerações. Suas divindades carregam em si nossos conflitos inter e intrapessoais. São também personificações da natureza e das virtudes, honrosas ou não. Tiveram a genialidade, por exemplo, de personificar e elevar ao status de deuses, a memória, a sabedoria, o êxtase, a beleza, o reino da morte, o mar, o planeta Terra. Nos mitos encontramos o normal e o anormal. Os montros são incluídos. Os anjos também. Nos mitos, a escuridão contém a luz e ter a percepção mítica é reconhecer também o movimento de descida pelos vales como uma viagem vertical às profundezas e necessidades da alma para um ver através e um encontro de perspectivas, devolvendo-nos o sentido da beleza, e de profunda compreensão, compaixão e conexão com o mundo. Os arquétipos de Gaia e Ártemis, nunca foram tão populares em seus chamados de consciência ecológica; atualíssimos os questionamos de autoritarismo e supremacia de Zeus; com as asas velozes de Hermes, o deus da comunicação, os avanços tecnológicos e cibernéticos nos interconectam e nos desafiam; Hades, Perséfone e Deméter, nos fazem compreender a necessidade da escuridão para a fertilidade; Asclepius, deus da medicina, nos recorda os sonhos; Pã, com os sentidos aguçados, nos lembra de nossos instintos num mundo tão anestesiado. Importante evidenciar que os arquétipos não são figuras ideais, se existe guerra há o deus da guerra, se existem ladrões, há o deus dos ladrões. Os deuses são o que são e nenhum ignora o outro. Carregam em si uma complexidade que vai muito além da visão monoteísta do ego:

“Nenhuma outra mitologia conhecida – desenvolvida ou primitiva, antiga ou moderna – é marcada pela mesma complexidade e qualidade sistemática como a grega”. “A Grécia fornece o padrão policêntrico do mais ricamente elaborado politeísmo entre todas as culturas”, e assim é capaz de segurar o caos das personalidades secundárias e dos impulsos autônomos de um campo, de um tempo ou de um indivíduo. Essa variedade fantástica oferece à psique fantasias multifacetadas para refletir suas várias possibilidades. (Ibid. p. 91)

Ou seja, a Grécia a que retornamos é “imaginada”, ‘mítica’, do reino imaginal dos arquétipos. E todos os arquétipos, sem exceção, requerem um olhar para o invisível, um

segundo olhar, com o coração. É um convite. Um modo de *esse in anima*, estar em alma, animado e pagão, celebrando a diversidade, instintivamente nesse fantástico *mundus imaginalis* e *archetypus*. E finalmente, quanto ao teatro, Alexandre Silva Nunes, em sua cuidadosa obra *Ator, Sator, Satori*, nos afirma que:

O mito, na Grécia Antiga, está na raiz do próprio teatro, de modo que não haveria teatro se não houvesse *mythos*, ou seja, uma forma imaginal de se aproximar da realidade absoluta que subjaz à realidade transitória das coisas. (2012: 191)

Concluo com Hillman selvagem:

Imagens como instintos, percebidos instintivamente; a imagem, um animal sutil; a imaginação, uma grande besta, um corpo sutil, alojada inseparavelmente de nós mesmos em seu ventre; imaginação, um *animal mundi* e um *anima mundi*, ambos diáfanos e apaixonados, infalível em seus padrões e de todas as maneiras necessárias, o anjo necessário que faz a necessidade bruta angélica; imaginação, um céu em movimento de deuses teriomórficos em constelações bestiais, mexendo-se sem estímulo externo para dentro de nosso sentido animal, como se imaginassem suas vidas em nosso mundo. (1979: 142, tradução nossa)

Talvez eu tenha sido um pouco apressada? Tenho uma urgência sem pressa, como me ensinou Guimarães Rosa. Afinal, o que tudo isso tem a ver com as Artes da Cena, uma vez que os artistas, em geral, não explicam suas obras? Não é o explicar, é o *fazer* -- com imaginação poética, devolvendo *valor* às imagens. Tudo tem alma com um re-acordar pagão. Imaginar é mágico e tem a profundidade de nossas psiques. Para quê tanta ênfase em psique no trabalho com as imagens? É através das imagens que a psique se comunica. Mais assuntos para serem desdobrados nos próximos artigos, com fé animal nas imagens.

Referências bibliográficas:

CAMPBELL, J. **O Poder do Mito**. São Paulo: Palas Athena, 1993.

GAMBINI, R. **Espelho Índio: a formação da alma brasileira**. São Paulo: Axis Mundi/ Terceiro Nome, 2000.

HILLMAN, J. **“An Inquiry into Image.”** Connecticut: *Spring*, 1977, p. 62-88.

_____. **“Further Notes on Images”**. University of Dallas, Irving, Texas: *Spring*, 1978, p 152-182

_____. “**Image-Sense**”. Dallas: *Spring* 1979, p. 130-143.

_____. **O pensamento do coração e a alma do mundo**. Campinas: Verus, 2010a.

_____. **Ficções que curam**. Campinas: Verus, 2010b.

_____. **Re-vido a Psicologia**. Petrópolis: Vozes, 2010c.

_____. **Psicologia Arquetípica: um breve relato**. São Paulo: Cultrix, 1995a.

_____. **Anima: Anatomia de uma Noção Personificada**. São Paulo: Cultrix, 1995b.

HILLMAN J.; VENTURA M. **Cem anos de psicoterapia e o mundo está cada vez pior**. São Paulo: Summus, 1995.

MILLER, D. “**The Death of the Clown: A Loss of Wits in the Postmodern Moment**”. Connecticut: *Spring* 58, 1995.

NUNES, A. S **Ator, sator, satori: labor e torpor na arte de personificar**. Goiânia: Editora UFG, 2012.

PARIS, G. **Meditações Pagãs**. Petrópolis: Vozes, 1994.

Curriculum Resumido da autora:

Luciana Aires Mesquita – Doutoranda no PPG Artes da Cena/UNICAMP na linha de pesquisa Poéticas e Linguagens da Cena, investiga matrizes tradicionais das linguagens metafóricas da mitologia e alquimia para novas diretrizes e integração prático-teórico que as Artes da Cena se propõe. Mestrado em Estudos Mitológicos com Ênfase em Psicologia Profunda pelo Pacifica Graduate Institute, Califórnia, EUA (2001). Graduação em Artes Cênicas (1997) e Relações Internacionais (1991) pela Universidade de Brasília (UnB). É professora e idealizadora da *Mitoludens – onde deusas e deuses brincam!* Atua principalmente nas seguintes áreas: artes da cena, matrizes tradicionais, mitologia grega, alquimia, mitopoesis e psicologia arquetípica.