

ROBERSON LUIZ BAGGIO

**INVESTIGAÇÃO SOBRE A PERCEPÇÃO SUBLIMINAR
(SOB A ÓTICA DA COMUNICAÇÃO)**

Marília
2005
ROBERSON LUIZ BAGGIO

**INVESTIGAÇÃO SOBRE A PERCEPÇÃO SUBLIMINAR
(SOB A ÓTICA DA COMUNICAÇÃO)**

Dissertação apresentada ao Programa
de Pós-graduação em Comunicação da
Universidade de Marília, para obtenção
de título de Mestre em Comunicação

Orientadora: Profa. Dra. Jussara R.
Araújo

Marília
2005
UNIVERSIDADE DE MARÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO, EDUCAÇÃO E **TURISMO**

REITOR
MARCIO MESQUITA SERVA

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO
COORDENAÇÃO: PROF^a DR^a SUELY FADUL VILLIBOR FLORY

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO
MÍDIA E CULTURA

LINHA DE PESQUISA
PRODUÇÃO E RECEPÇÃO DE MÍDIA

ORIENTADORA
PROF^a. DR^a. JUSSARA REZENDE ARAÚJO

**Título: Investigação sobre a percepção subliminar
(sob a ótica da comunicação)**

Autor: Roberson Luiz Baggio

Orientadora: Profa. Dra. Jussara R. Araújo

Aprovação da Comissão Examinadora:

Profa. Dra. Jussara R. Araújo
(Presidente da banca)

Profa. Dra. Loredana Límoli

Profa. Dra. Sueli Fadul

Data da apresentação: 20/12/2005

*Aos meus pais, Adair Luiz Baggio e
Maria Tereza de Oliveira Baggio pela
compreensão e apoio.*

Agradeço

*à minha orientadora Profa. Dra.
Jussara R. Araújo, aos meus amigos
professores, mestrandos e alunos.*

As pessoas ficam perturbadas, não pelas coisas, mas pela imagem que formam delas.

Epictetus

RESUMO

A presente dissertação interroga a percepção subliminar. Tradicionalmente no campo da comunicação social e das teorias da comunicação o tema é explorado sob sua perspectiva da propaganda enganosa, acima ou abaixo dos limiares sensoriais do ser humano com fins mercadológicos e/ou escusos. Correntes estruturalistas e fenomenológicas, após 1950 interrogam o fenômeno como uma categoria da percepção. Nossa investigação buscou dados bibliográficos no sentido de aprofundar estudos no campo da percepção e das categorias da percepção com objetivos de compreender melhor como a percepção subliminar estabelece ligações com a comunicação de massa e como ela se faz presente na comunicação social. Nossa pesquisa buscou uma abordagem pluridisciplinar. Selecionamos as teorias da *gestalt*; a semiótica de Charles Peirce; a psicanálise; a psicologia analítica; a mitologia; a filosofia e a lógica com objetivo de obter dados complexos e uma visão de conjunto da percepção enquanto um fenômeno universal, particular e específico.

PALAVRAS-CHAVE: percepção - subliminar – mídias – comunicação social

ABSTRACT

To present dissertation it interrogates the perception subliminal. Traditionally in the field of the social communication and of the theories of the communication the theme is explored under his/her perspective of the deceiving advertising, above or below the human being's sensorial thresholds with ends market and/or wrong. Currents structuralist and phenomenalist, after 1950 interrogate the phenomenon as a category of the perception. Our investigation looked for bibliographical data in the sense of deepening studies in the field of the perception and of the categories of the perception with objectives of understanding better as the perception subliminal establishes connections with the mass communication and like her it is made present in the social communication. Our research looked for an approach pluridiscipline and we selected the theories of the gestalt; Charles Peirce's semiotics; the psychoanalysis; the analytical psychology; the mythology; the philosophy and the logic with objectives of obtaining complex data and a vision of group of the perception while an universal phenomenon, matter and specific.

KEY-WORD: perception - subliminal - mídias - social communication

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	pág.
01	

CAPÍTULO 1: A construção da pesquisa

1.1 Síntese da bibliografia fundamental.....	pág.
----------------------------------------------	------

07

1.1.1 O subliminar enquanto objeto de pesquisa.....	pág.
-----------------------------------------------------	------

07

1. 2 O subliminar enquanto categoria da percepção.....	pág.
--------------------------------------------------------	------

31

1.2 Problematizações.....	pág. 36
---------------------------	---------

1 Definição do objeto.....	pág. 39
----------------------------	---------

1.3 Procedimentos metodológicos.....	pág.
--------------------------------------	------

50

CAPÍTULO 2: A percepção como um dado complexo

2.1 A abordagem complexa.....	pág. 62
-------------------------------	---------

2.2 Sensação e percepção.....	pág.
-------------------------------	------

63

2.2.1 A <i>Gestalt</i>	pág.
------------------------------	------

71

2.3 Os estados afetivos e emocionais.....	pág.
-------------------------------------------	------

81

2.4	O nível das Lógicas e a organização do real.....	pág.
		84
2.4.1	A Lógica de Charles Peirce.....	pág.
		89
2.5	A psicanálise freudiana e seus discípulos.....	pág.
		99
2.6	A psicologia analítica.....	pág.
		104

SÍNTESES CONCLUSIVAS..........pág. 107

REFERÊNCIAS..........pág. 119

ANEXOS..........pág.

123

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Estímulo subliminar na campanha política de Bush à presidência dos E.U.A.pág.

20

Figura 2- Frames do filme *Bernardo e Bianca* produzido pela *Disney* com imagem com efeito subliminar.....pág.

25

Figura 3- Imagem Subliminar Veiculada pela MTV.....	pág.
26	
Figura 4- Imagem Subliminar Veiculada pela MTV.....	pág.
26	
Figura 5- <i>Subliminal Recording System</i>	pág.
28	
Figura 6- <i>Subliminal MP3 Encoder</i>	pág. 29
Figura 7- <i>Os Embaixadores</i> – Holbein.....	pág. 30
Figura 8- Detalhe da <i>mancha</i> pintada na obra <i>Os Embaixadores</i>	pág.
30	
Figura 9- Imagem <i>endireitada</i> da caveira.....	pág. 31
Figura 10- <i>Mercado de Escravos</i> – Voltaire.....	pág.
57	
Figura 11- <i>Gestalt</i> : Campos de cores distintas e homogêneas.....	pág. 72
Figura 12- <i>Gestalt</i> : Divisão de um campo por um contorno.....	pág.
73	
Figura 13- <i>Gestalt</i> : Reversibilidade.....	pág.
73	
Figura 14- <i>Gestalt</i> : Forma Forte.....	pág.
74	
Figura 15- <i>Gestalt</i> : Forma Fraca.....	pág.
74	

Figura 16- Gestalt: Fechamento ou Clausura.....	pág.
75	
Figura 17- Gestalt: Seqüência ou boa continuidade.....	pág.
75	
Figura 18- Gestalt: Proximidade.....	pág. 76
Figura 19- Gestalt: Semelhança.....	pág. 76
Figura 20- Gestalt: Simetria.....	pág.
76	
Figura 21- Gestalt: Direções Principais.....	pág. 77
Figura 22- Gestalt: Vertical e horizontal.....	pág.
77	
Figura 23- Gestalt: Volume e profundidade.....	pág.
78	
Figura 24- Gestalt: Tamanho.....	pág.
78	
Figura 25- Gestalt: Luz e sombra.....	pág.
79	
Figura 26- Gestalt: Perspectiva linear.....	pág.
79	
Figura 27- Gestalt: Gradiente de textura.....	pág.
79	

INTRODUÇÃO:

O tema da nossa investigação abordou problemáticas da percepção e da consciência que temos dos objetos e da nossa - quase impossibilidade - de entender conceitos da cultura de massa, da política, das oclusões que fazemos ao deixar passar para nosso inconsciente sem perceber, uma série de manipulações da propaganda subliminar; ou nos auto-enganando utilizando para isso nossos mecanismos de defesa.

O cotidiano é mediatizado pela consciência. Mas o que é consciência? O filósofo e cientista Lucien Goldmann ensina que esse conceito é complexo e mesmo impossível de ser definido em poucas e rápidas palavras.

A consciência, no sentido de leitura-mundo de quem vê, do sentido de seleção, e percepção com qualidade de vida que compõem um grande campo formado por diversos outros campos, como esferas em movimento; em nascimento; vida e morte: a esfera da percepção mental, racional – a grande porta que balança e seus filtros, que quando rompidos pelas afetividades deixa passar dados do inconsciente provocando desequilíbrio na esfera da percepção emocional; a esfera das sensações biológicas e químicas; arqueológicas; inconsciente profundo.

Vimos em Nise da Silveira que a loucura nada mais é que um sujeito que rompe em determinados níveis com essa barreira e deixa vir para a consciência todo um conteúdo do inconsciente perdendo o controle e não mais conseguindo organizá-los. Perde a noção de espaço-tempo, como vamos ver aqui. Quando

assistimos a uma novela, a uma propaganda, a um jogo de futebol, a um filme, ou até mesmo ao andarmos pelas ruas de uma cidade grande, olhando vitrines e objetos culturais não imaginamos que estamos sendo bombardeados por muito mais informações que na verdade estamos enxergando. Estamos vendo muito mais que nossos olhos podem ver; nossos ouvidos podem escutar etc. São coisas que vão entrar pelas nossas portas da percepção, vão mergulhar no mais profundo da nossa consciência (que segundo o Lógico Ch. Peirce “a consciência é como um profundo lago azul”) e vão atuar nas nossas escolhas e nas nossas formas de comunicação.

Esse fenômeno é geralmente chamado de subliminar. Não podemos identificá-lo sem ajuda de aparelhos, nos casos de uso indevido; ou de uma criteriosa e complexa análise semiótica, nos casos ideológicos e artísticos.

O subliminar da propaganda enganosa é assimilado por nós sem barreira, como se estivéssemos sendo hipnotizados; o que pode significar que nossa consciência fica a maior parte do tempo na subjetividade, nas deduções do que na atenção seletiva e na objetividade; ficamos mais na dedução, fazendo poucas induções, ou inferências. O subliminar não é sinônimo de subconsciente, como o senso crítico concebe. Vamos usar aqui a expressão percepção subliminar como sinônimo de percepção não-consciente; ou comunicação com códigos da invisibilidade.

E para usar uma figura de linguagem vamos emprestar de Charles Peirce o conceito de que a consciência é como um profundo lago azul que contém um nível mental, outro afetivo, outro sentimental, e mergulhando temos

o subliminar, aquilo que está em movimento, de baixo para cima, de cima para baixo, de um lado para o outro.

O subliminar, que vamos tratar aqui, vem tanto de um ruído que não captamos por falta de limiar auditivo, ou excesso de volume além da nossa percepção; quanto por um tique nervoso que temos e não percebemos, ou uma pulsão sexual reprimida, interferindo na nossa racionalidade porque um fato está conectado com o outro.

Por exemplo, uma pessoa, que tenha ficado exposta muito anos a sons aquém ou além do seu limiar, pode contrair uma melancolia ou outros distúrbios psíquicos graves.

É por causa desse subliminar que pensamos o que não devíamos; falamos o que não queríamos; ingerimos o que não é adequado; etc.

Porque as coisas subliminares vão mergulhar mais profundamente nesse “profundo lago azul” ficando inconsciente, mas atuando nas nossas comunicações em momentos complexos como decepções amorosas; decepções afetivas familiares; complexos gerados em ambientes familiares muito repressivos; atuando nas nossas escolhas de consumo e comportamentos.

O subliminar age juntamente com nossas fraquezas psíquicas emocionais e com nossa falta de atenção seletiva.

Assim, vamos tratar aqui do conceito de percepção conjugado com a concepção de consciência. Uma consciência que vai muito além do conceito de Georg Lukács, de consciência de si e para si; a consciência enquanto percepção subliminar. O que acontece nesse movimento da percepção?

As portas da percepção se abrem e estão sempre em movimento, e deixam passar códigos e imagens, representações, signos, que vão mergulhar na nossa consciência profunda. Serão despejados através de sonhos e lapsos; outros irão encontrar “sítios”, onde poderão construir desequilíbrios físicos, danos morais, como nos casos da paranóia sadomasoquista.

Em níveis de grande profundidade, ficam escondidas e aparecem – muitas vezes – em horas inadequadas, e pior, muitas vezes não percebemos as inadequações que produzimos.

Assim é que selecionamos ou generalizamos as coisas que estão em níveis mais imediatos, e deixamos passar outras coisas que vão ficar depositadas na nossa consciência em nível profundo, que não fica consciente, mas atuam em sonhos, lapsos, mecanismos de defesa, nas opções de consumo; nas depressões e doenças.

O subliminar físico pode ser detectado com aparelhos, mas o subliminar psíquico só pode ser detectado através de análises cujas teorias entendem o inconsciente como uma linguagem, como fazem os lacanianos, ou a psicologia analítica, e a semiótica que conhecemos durante o percurso da pesquisa, com a professora doutora Nícia Ribas D'Ávila e nas aulas da professora doutora Linda Bulik.

Por isso, aqui vamos dissertar sobre o tema, buscando descrever como o campo científico tem abarcado o processo integral da percepção, desde o subliminar até a manifestação da linguagem, com um objetivo único: não vamos abarcar tudo, mas levantar um conjunto de teorias que consideramos válidas por

serem úteis e coerentes com os ideais de uma sociedade com mais qualidade na informação midiática; e por serem atualizadas com as complexidades dos problemas sociais que enfrentamos hoje de ausência de cidadania e exclusão moral. Assim, no primeiro capítulo destacamos nossa construção da pesquisa que foi precedida por uma revisão da literatura.

Como aprendemos com as leituras de Maria Immacolata V. de Lopes, a pesquisa que se quer científica, não é uma escolha do pesquisador, mas uma lacuna do campo científico do qual o pesquisador está a serviço. É uma escolha do contexto sociológico.

Como também ensina Lopes, toda pesquisa deve conter uma subseção para o exercício da vigilância epistemológica, por isso, apresentamos ainda no primeiro capítulo uma definição do nosso objeto, e uma discussão metodológica para explicar as nossas dificuldades de investigar o tema, e como buscamos contorná-las; um espaço para tratarmos do nosso longo processo de dupla ruptura epistemológica com o objeto.

No Capítulo 2 buscamos aprofundar a investigação, e após um levantamento geral selecionamos os autores que historicamente têm pesquisado o complexo assunto da consciência e da percepção em particular, e com isso esperamos descrever um conjunto teórico operativo que abrigue a noção de percepção e de percepção subliminar. Depois disso fechamos nosso trabalho com a redação de nossas sínteses conclusivas, buscando assim focar as principais proposições que materializam a compreensão do fenômeno.

CAPÍTULO 1:
A construção da pesquisa

1.1. Síntese da bibliografia fundamental:

1. O subliminar enquanto objeto de pesquisa:

De acordo com a obra *Subliminal Seduction*, as primeiras referências que encontramos sobre o subliminar são de Demócrito (400 a.C.), o qual afirma que “muito do perceptível não é claramente percebido”.

Alguns séculos depois, na obra *Perva Naturalia*, Aristóteles, falando sobre os umbrais da consciência, cita Platão, no *Timeu*, que teria aprofundado o conceito de Demócrito. Assim, Platão, também em *Philon* escreve metaforicamente os estímulos conscientes e inconscientes:

Deves supor que dentre as impressões que recebe nosso corpo a todo o instante, algumas se detêm no corpo antes de penetrar até o espírito, ao qual deixa indene (conscientemente), mas outras atravessam um e outro e produzem uma espécie de vibração, da qual uma parte é particular de cada um deles, e a outra comum aos dois.

Conforme Aristóteles:

(...) emoções de toda espécie são produzidas pela melodia e pelo ritmo: através da música, por conseguinte, o homem se acostuma a experimentar as emoções certas: tem a música, portanto, o poder de formar o caráter, e os vários

tipos de música, baseados nos vários modos, distingue-se pelos seus efeitos sobre o carácter - um, por exemplo, operando na direção da melancolia, outro na da efeminação, um incentivando a renúncia, outro o domínio de si, um terceiro o entusiasmo, e assim por diante, através da série.

Saindo do universo antigo para o universo moderno, os estudos sobre a esfera do subliminar se desenvolvem em maior quantidade a partir da década de 50 do século passado. São pesquisas realizadas em diversas áreas do conhecimento.

A partir de 1960 as pesquisas semióticas revelam não apenas a manipulação em nível ideológico, mas pior, revelam uma espécie de “cumplicidade com o vulgar” entre emissor-receptor, em decorrência dos chamados códigos da invisibilidade; pelas substâncias subliminares contidas nos relacionamentos, nas formas de expressão e conteúdo das nossas linguagens em geral.

Em 1976, o livro *Técnicas de Persuasão: da propaganda à lavagem cerebral*, de J. A. C. Brown, descreve que Jim Vicary instalou em um cinema de *Fort Lee*, Nova Jersey, em 1953, um segundo projetor especial, o qual projetava intermitentemente na tela frases como “*Drink Coke* (Beba Coca-Cola) ou *Eat Popcorn* (Coma Pipoca)”.

A idéia do experimento era projetar as palavras tão depressa que a mente consciente não as pudesse perceber sobrepostas ao filme.

Segundo Flávio Calazans (1992), posteriormente a experiência foi citada por vários autores consagrados, mas em 1980, Cristiane Gade daria maiores

detalhes na obra *A psicologia do consumidor*, citando inclusive o nome da empresa de Vicary – *Subliminal Projection Company*, e a técnica de sobrepor ao filme, em intervalos de cinco segundos, as mensagens.

Calazans entrevistado por Jô Soares disse que há anos tenta demonstrar que o subliminar não existe, “e tem fracassado”, brincou fazendo uma analogia com o método científico.

Calazans estuda o viés físico do subliminar, esse que é demonstrado através de aparelhos. Mas há também outros tipos da percepção subliminar, como vamos ver aqui, o que não invalida o trabalho do pesquisador, muito pelo contrário, reforça a necessidade de fazermos muito mais em termos de pesquisa, principalmente envolvendo mídias de massa.

Vamos ver alguns exemplos do viés físico.

Durante o filme *Picnic*, com Kim Novac, o segundo projetor emitia um *slide* com a frase *Drink Coke* ou *Eat Popcorn* numa velocidade de 1/3.000 de segundo. O *slide* era projetado sobreposto ao filme, rápido demais para ser percebido conscientemente, mas a repetição do sinal subliminar causava efeitos nos comportamentos do público, aumentando as vendas da Coca-Cola em 57,7%.

Segundo Cuperfain & Clarke (1985) *apud* Calazans (1992) os resultados seriam otimizados caso fossem imagens, ícones, no lugar de textos verbais. Ambos dizem que o emprego de mensagens subliminares projetadas no campo visual esquerdo (direcionadas assim ao hemisfério direito do cérebro) é mais eficaz quando se empregam imagens.

Quevedo (1974), falando sobre as ações subliminares, diz que a nossa

mente não capta, direta ou indiretamente, tais coisas; e que é difícil determinar o número e qualidade delas. Porém existem, conforme esse conhecido psicólogo e autodidata em estudos sobre a percepção humana. Quevedo diz que as ações subliminares são os fundamentos da tão discutida propaganda subliminar.

Em 1980, no livro *O homem e a sociedade: uma introdução à sociologia*, Della Torre (1980) descreve estas *imagens-relâmpagos* e afirma que “esta é apenas uma das técnicas da propaganda subliminar”, e, embora não as descreva ou enumere, a autora afirma que existem outras técnicas.

Ferrari (1981) *apud* Calazans (1992), também faz referência a uma notícia do jornal *Folha de São Paulo* de 12 de fevereiro de 1974, onde é descrito o primeiro emprego de propaganda subliminar na televisão.

O artigo menciona a proibição pela *Comissão Federal de Comunicações dos E.U.A.*, por ser contrária ao interesse público, da veiculação do filme publicitário do jogo *Kusker Du*, anúncio veiculado antes do Natal. No filme, a expressão compre-o aparecia quatro vezes, em frações de segundo, sobreposta à imagem.

Faria (1982) *apud* Calazans (1992), em *A Comunicação na Administração*, descreve o experimento representativo da presença do subliminar e outro experimento na televisão, realizado pela BBC de Londres, com um sinal subliminar a 1/26 de segundos que teria tido resultados positivos nos telespectadores.

Cabral (1986) caracteriza os estímulos subliminares visuais em termos taquitoscópicos a uma velocidade de 1/3.000 de segundos. O uso de mensagem

subliminar, apesar de ter seus efeitos demonstrados, não possui regulamentação jurídica.

Key (1974), em sua obra *Subliminal Seduction*, além de apresentar uma breve história da percepção subliminar, cita alguns estudos cientificamente aceitos.

Ele declara que Poetzle, contemporâneo de Freud, teria realizado experiências científicas e formulado a *Lei de Exclusão*: um estímulo captado conscientemente não se manifesta nos sonhos subseqüentes, ou seja, ele demonstrou pelo estudo de casos e mediante experiências documentadas, que o conteúdo dos sonhos consiste em informações percebidas subliminarmente; informações que deixamos passar, ou que nossos filtros psíquicos e mecanismos de defesa não “deixam” que venham a nossa consciência, escapando, no entanto, durante nossos sonhos, ou lapsos, etc.

A equipe de Poetzle documentou que os olhos realizam cerca de 100 mil fixações diariamente, sendo que apenas uma ínfima porcentagem destes focos é fixada conscientemente, o restante é subliminar. Isso pode significar ausência de atenção seletiva, afirmam alguns autores, mas como vamos ver aqui, há controvérsias.

Em 1919, baseado nas semelhanças e analogias entre os estímulos subliminares, a sugestão pós-hipnótica e a neurose compulsiva, Poetzle estabeleceu uma relação de causa-efeito que lhe deu reconhecimento na comunidade clínica. As relações entre o subliminar, a hipnose, e certos estados

alterados da saúde mental são até hoje objeto de pesquisas e teses de doutorado em todo o mundo.

E hoje é vista como desintegradora, embora o senso comum e o mercado ainda a pratiquem como ciência válida.

No caso da hipnose, e seu uso para o mercado consumidor, cientistas behavioristas da psicologia experimental pesquisaram em condições de laboratório as descobertas de Poetzel por trinta anos, segundo Key (1974), antes da primeira experiência na área do *marketing*, o experimento de Vicary, aquele do filme *Picnic* em que aparece piscando na tela *Drink Coke ou Eat Popcorn*, com a ajuda de um taquitoscópio.

Key (1974), em sua obra, demonstra a complexidade e a evolução histórica das pesquisas sobre a percepção subliminar, uma linha de pesquisa que persiste ao longo da história das ciências, mas cujos resultados são raramente ou quase nunca levados a público. Cita alguns estudos tais como a tese de doutoramento de R.M. Collier, de junho de 1934, *Um estudo experimental dos efeitos dos estímulos subliminares*, no qual, após um longo e detalhado histórico com abundantes referências às pesquisas que o procederam (remontando a Leibniz), efetiva uma experiência com o taquitoscópio.

Silverman (1964) *apud* Calazans (1992) realizou a publicação do que veio a ser uma extensa lista de artigos sobre *seu método de ativação psicodinâmica subliminar*, demonstrando que a tecnologia de projeção subliminar taquitoscópica torna possível testar empiricamente hipóteses psicanalíticas. Durante muitos

anos, este pesquisador publicou artigos com o resultado de suas pesquisas nas mais variadas revistas científicas internacionais.

Segundo a explicação da psicologia da *Gestalt* que resiste ainda como teoria válida, a percepção possui dois elementos básicos, a figura e o fundo. Ao olharmos para um elemento de uma imagem ou concentrarmos nossa atenção em um sinal visual, auditivo, olfativo, etc. Os outros elementos existentes tornam-se fundo.

Desta forma, os elementos de cenário, música de fundo e outros, tomam conotação subliminar agindo como ruídos. Isso também funciona para os outros sentidos humanos.

Por volta de 1910, Wertheimer principiou a responder-nos perguntas acerca da percepção do mundo, principalmente sob o aspecto da sensibilidade visual, através de uma escola alemã de psicologia experimental que ficou conhecida como a *Escola da Gestalt*.

Ele desenvolveu uma teoria da percepção utilizando um rigoroso método experimental, possibilitando, através desse estudo, que se compreendesse a maneira do ser humano estruturar no cérebro as formas que percebe.

Para a *Gestalt* existem dois processos envolvidos na percepção: a sensação, onde os dados são captados pelos canais sensoriais de forma isolada e desconexa e a percepção propriamente dita onde através da experiência passada e de conhecimentos prévios, esses dados são estruturados, organizados, recebendo sentido.

A *Gestalt* não reconhece a sensação e a percepção como formas distintas,

tratando apenas da percepção, considerando a sensação como conceito que designa o conjunto de condições neurofisiológicas que se produzem em nível periférico.

O fundamento básico da percepção visual, para a *Gestalt*, é que qualquer padrão de estímulo tende a ser visto de tal modo que a estrutura resultante é tão simples quanto às condições dadas permitem.

Assim, não percebemos estruturas difusas e confusas, mas campos estruturais e funcionalmente organizados, constituídos de figura e fundo, de tema e campo temático, ou ainda, de formas e horizontes.

Podemos observar o seguinte exemplo prático. Nesse momento estamos lendo exatamente esta frase, concentrado nela.

Provavelmente, nossa atenção está focada nas letras, mas se, sem tirar os olhos dessa frase, observarmos ao redor, o que está em nossa visão periférica, vamos ouvir os sons que nos cercam (provavelmente uma música tocando em uma sala ou casa próxima, um latido de cão, um acelerar de uma motocicleta ou carro) vamos sentir os cheiros ao redor (provavelmente um perfume, o cheiro do almoço que a vizinha esteja preparando ou alguém que passou fumando e o cheiro do cigarro chegou até nós). Não estávamos percebendo nada disso, porque nossa atenção estava retida pelo texto que estávamos lendo. No entanto, nossos órgãos sensoriais captaram, e como isso não interessava no momento, esses estímulos não chamaram nossa atenção, sendo filtrados e direcionados para o “fundo do lago azul”.

Se nesse espaço um ruído é incorporado pela consciência sem perceber e se ficarmos expostos a esse ruído por muito tempo, isso pode gerar uma neurose. E não vamos perceber.

Imaginemos, agora, que tivéssemos encomendado uma pizza, e a telefonista houvesse informado que dentro de 30 minutos a mesma seria entregue, logo ao desligar o telefone e nos próximos 15 minutos voltaríamos à leitura do texto e nele nos concentraríamos.

Após os 15 minutos nossa atenção seria dividida entre a leitura e o ruído das motocicletas na rua, e, cada minuto que passasse, os saltos entre leitura e ruído de motos na rua seriam mais freqüentes, até que nós não mais nos concentraríamos na leitura para ouvir somente o ruído da rua, e até que a motocicleta chegasse com a nossa pizza ficaríamos em situações limites.

É claro que o cotidiano é pleno de outras experiências similares bem mais perversas do que a nossa singela pizza.

Desta forma, podemos observar o caráter seletivo da percepção, focando nossa atenção no que desejamos ou necessitamos perceber, ou esconder de nós mesmos. Nas pulsões de fome, de vazios afetivos, pulsões sexuais; psíquicas. Isso tudo, e ainda sem contar que ficamos à mercê das exposições do subliminar do mercado cultural publicitário.

Belenger (1987) *apud* Calazans (1992), explica que recebemos múltiplas mensagens, e nossa atenção seletiva filtra e focaliza um único canal sensório, deixando todo o resto como subliminar.

Diniz (1999) *apud* Dutra, Argenton & Cardozo, (2003), declara: “após a

estimulação subliminar o sujeito faz algo em resposta a determinadas mensagens sem conhecer a causa da sua conduta”. Podemos ainda entender os impulsos subliminares como uma saturação de informação tão alta a ponto de não serem percebidos pelo consciente. Para isto encontramos uma fórmula esquemática. Para visualizar como se dá o processo, desenhamos o esquema abaixo:

$$\uparrow \text{ SUBLIMINAR} = \frac{\uparrow \text{ QUANTIDADE DE INFORMAÇÃO}}{\downarrow \text{ TEMPO DE EXPOSIÇÃO}}$$

Esse esquema mostra que quanto menor o tempo de exposição a uma maior quantidade de informação, maior é a saturação de informação, não permitindo que haja a percepção, ou seja, que se pense no que foi visto.

Este é o ritmo adotado nos *videoclipes* e algumas propagandas televisivas que jogam rapidamente muitas informações diversificadas, tornando, em muitos casos, o fundo imperceptível devido à velocidade da edição. Não havendo tempo (devido a essa quantidade de informações), para a fóvea realizar uma varredura pela tela, é, então, focalizado os elementos principais da mensagem exposta.

Esta técnica é chamada de *Efeito McLuhan ou Perceptual overload*.

Key (1981), afirma que quando o ser humano está em estado mais relaxado seu subconsciente recebe maior número de informações e estas são

assimiladas mais facilmente. Já a tensão ou a pressa aumentam a vulnerabilidade aos estímulos subliminares.

Dick Sutphen cita um artigo de 1984, no jornal *Brain-Mind Bulletin*, onde o diretor do *Laboratório de Psicofisiologia Cognitiva da Universidade de Illinois* declara que até 99% de nossa atividade cognitiva pode ser *não-consciente*. Seu longo relatório termina declarando que "estas ferramentas apóiam o uso de abordagens subliminares tais como sugestões gravadas em fita para perder peso, e o uso terapêutico da hipnose e programação neuro-lingüística". Como falamos, o *marketing* usa das técnicas que chamamos atualmente de *neuromarketing*, para manipular a esfera do subliminar com fins comerciais e de lucro fácil, e até mesmo para fins de lavagem de dinheiro, como temos visto acontecer nos noticiários em geral onde muitas agências publicitárias produzem e veiculam propagandas. Calazans (1992) para tentar explicar como

esses especialistas penetram nos corações e nas mentes dos cidadãos, diz que, os lados do cérebro desempenham papéis diferentes, através de estudos de mercados consumidores, pesquisadores de *marketing* e de comportamento do consumidor chegaram às seguintes conclusões:

O hemisfério esquerdo do cérebro avalia e critica logicamente, compara detalhes e detêm a decisão de compra dos bens de alto envolvimento ou bens de comparação, como carros e computadores. Este tipo de produto deve ter os anúncios veiculados na mídia impressa e a redação deve ter a forma do silogismo lógico, com as premissas acompanhadas de provas na fórmula redacional, ou seja, sempre o benefício prometido acompanhado das justificativas de racionalidade do consumo; Já o hemisfério direito do cérebro é visual, holístico, analógico, este divide a aquisição impulsiva e emocional dos bens de baixo envolvimento, os bens de conveniência, como doces e

refrigerantes. Seus anúncios para fins de otimização da relação custo-benefício do cliente, devem ser veiculadas na mídia eletrônica, com a campanha publicitária baseada na estratégia de criação de imagem de marca.

Seguindo estas informações, a compra por motivos inconscientes se dá com base em intuições subliminares, sendo que, se a imagem do produto for repetida algumas vezes, três ou mais, em um filme publicitário, será a imagem subliminarmente enviada ao lado direito do cérebro.

Efeitos subliminares abaixo do limiar da audição ou com velocidade inaudíveis são implantados em faixas sonoras, não sendo percebidas em nível consciente, mas modificando o comportamento do consumidor.

Uma eficiente técnica de áudio subliminar usa uma voz que segue o volume da música de tal modo que as mensagens subliminares são impossíveis de serem detectadas sem um equalizador paramétrico. Não é a toa que o valor das publicidades inclui preços superfaturados.

Esta técnica é chamada de *Efeito de Masking* (mascaramento). Brazil (1999) define a técnica de *masking*, “basicamente quando existem dois sinais com frequências próximas e com uma grande relação de nível entre si, o sistema auditivo humano se encarrega de ‘eliminar’ (mascarar) o sinal mais baixo”. Key (1981), explica que Becker adaptou a tecnologia de projeção taquitoscópica para fitas de videocassete.

Segundo Calazans (1992), desde 1985, a empresa *Llewellyn* mantém no mercado um catálogo de fitas de vídeo contendo mensagens subliminares, as quais não são transmitidas pelos meios de comunicação de massa, mas

assistidas por particulares em seus aparelhos domésticos de videocassete, em exibição privada e não pública, burlando assim o aspecto jurídico que a proíbe nos meios de comunicação de massa nos E.U.A.

Atualmente existem coleções de fitas com os mais variados temas: fitas para perder peso, parar de fumar, baixar a pressão arterial, antidepressiva, para descarregar a agressividade, que são distribuídas comercialmente e contêm aberta e declaradamente a tecnologia de projeção subliminar taquitoscópica.

A empresa *Llewellun* (www.llewellun.com), que desde 1988 colocou no mercado, seguindo o sucesso anterior, fitas como *Positive Thinking*, vídeo antidepressivo, entre outras, tem outras concorrentes, empresas de tecnologia subliminar como a *Valley of the sun* (www.healingproducts.com), a *Future World* (www.future-world.com), a *Potentherbs* (www.potentherbs.com), a *Hipnovision* (www.hipnovision.com), a *Innertalk* (www.innertalk.com), dentre outras. Estudos vêm sendo feitos sobre a frequência do ritmo de músicas relacionadas com o ritmo cardíaco.

Key (1977) destaca em sua obra, que, sabendo que o coração humano bate a 72 pulsações por minuto em alguns programas de massa são introduzidos vozes a 72 p.m para afetar o comportamento. Sendo este efeito tão eficaz quanto qualquer das técnicas já mencionadas. O conceito da *Gestalt* de fundo e figura também é aplicado ao contexto auditivo.

Moine e Herd (1984) ensinam que “fazer o acompanhamento do tom de voz é uma excelente oportunidade para desenvolver vínculos subliminares com seus clientes e colaboradores”.

Dizem, ainda, que a corretora com a qual trabalhavam aumentou as vendas a partir do primeiro dia em que começou a treinar seus representantes para acompanharem o tom de voz de seus clientes.

A partir de pesquisas sobre a produção publicitária e político-mercadológica, pesquisadores como CALAZANS, QUEVEDO, PINKER, PACKARD, LEGAL, KEY, FIALHO, BROWN, ABRÃO, DAY, D'ÁVILA, apontaram o problema do subliminar como um fenômeno que induz o receptor perceber somente aquilo que o emissor deseja.

Uma publicidade política pode, por exemplo, induzir o receptor a pensar que o inimigo político de um candidato é um rato, como já aconteceu.

Em www.terra.com.br/istoe/1616/internacional/1616derrapagens.htm_todos poderão ler e ver o seguinte fato:

Osmar Freitas, correspondente em Nova York, na revista *Isto É*, n.1616 de 20 de setembro de 2000, página 118, e também matérias no *O Estado de São Paulo* (13 de setembro de 2000, A15) e *Folha de São Paulo* (13/09/2000), rádios e televisões do Brasil declararam: "BUSH É ACUSADO DE USAR PROPAGANDA SUBLIMINAR". Em setembro de 2000, no decorrer da campanha presidencial norte-americana, o candidato republicano à eleição, George Bush, em um filme de televisão veiculou críticas ao programa do candidato democrata Al Gore. Ao criticar o sistema de reembolso de remédios, a equipe de publicitários de Bush (chefiada por Alex Castellano, que segundo Calazans (2002) já tinha empregado subliminares para o candidato Bob Dole em outra eleição presidencial) inseriu, em um *frame* a palavra "RATS" (ratos) sobreposta à frase "*bureaucrats decide*",

(Figura 1). Alex Castellano declarou ao jornal *New York Times* que a inserção em um frame foi acidental.

O filme foi veiculado 4.400 vezes em cobertura nacional antes de ser denunciado e cancelado, e teve um custo aproximado de US\$ 2,5 milhões.

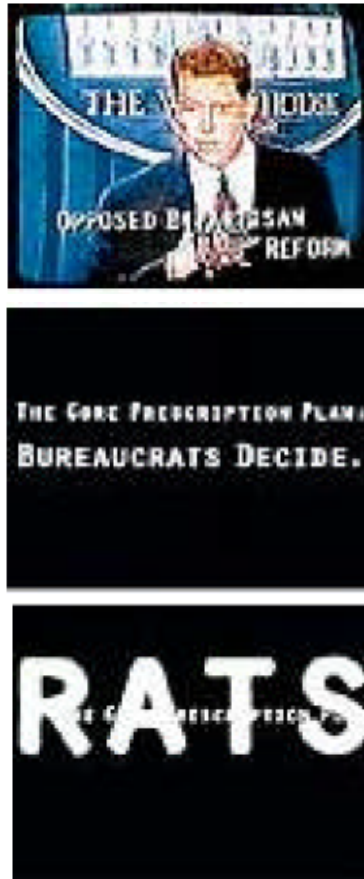


Figura 1 -Estímulo subliminar na campanha política de Jorge Bush à presidência dos E.U.A.

Portanto, como vimos, podemos denunciar, demonstrar e coibir o uso de impulsos subliminares em mensagens de propaganda política e publicitária.

A propaganda subliminar taquitoscópica é a única proibida por lei nos

E.U.A. Todas as outras técnicas são liberadas tanto nos E.U.A como em todas as partes do mundo. No Brasil, nenhuma lei proíbe expressamente qualquer modalidade de propaganda subliminar, nem a projeção taquitoscópica.

O Artigo 20 do Código de Ética dos Publicitários declara que as mensagens devem ser ostensivas e assumidas, assim como o Artigo 3 do Código de Defesa do Consumidor que proíbe anúncios disfarçados e dissimulados.

Na verdade, além de não existir nenhum mecanismo legal ou ético para coibir a utilização dos estímulos subliminares, há uma forte tendência para seu uso pela máquina publicitária que utiliza as técnicas subliminares indiscriminadamente.

Key (1977) descreve diversos subliminares sonoros, inclusive, explicando a decupagem dos efeitos sincronizados na mixagem (ou edição) do filme *O exorcista*, 1976. Friedlin, o responsável pela trilha sonora do filme, explica que aplicou diversos tipos de subliminares no fundo sonoro:

a) *Som de enxame de abelhas furiosas*, zumbindo em dezesseis frequências diferentes mixadas – o consciente as ouve como um único som. Todo ser humano reage com medo e ansiedade ao som das abelhas. Mesmo se nunca ouviu tal som, este desperta o desejo de fugir, esconder-se, e o medo de sofrer dores.

b) *Som dos gritos de porcos sendo degolados*. Ao ser possuída pelo demônio, no filme, a menina Reagan veio sendo maquiada gradualmente a cada cena para parecer-se com um porco, enquanto a trilha sonora apresenta subliminarmente esses guinchos angustiantes.

(c) *Gemidos de casais no momento do orgasmo*. Foi inserido no fundo subliminar das cenas de clímax do filme *O Exorcista*, o ato de exorcismo com a moça e o padre a sós. Key (1977) explica que mais de 50% das mulheres entrevistadas por sua equipe, nesta cena, ficaram excitadas sexualmente.

d) *Som no silêncio*. As pausas silenciosas do filme eram um

silêncio eletrônico, com fundo de baixa frequência inaudível, zumbindo. Esses silêncios são usados para produzirem tensão emocional, tornando-se mais e mais freqüentes e pesados num fluxo de tensão-clímax-relaxamento-tensão.

e) *Dublagem*. A voz de Reagan, ao ser possuída pelo demônio também no filme *O Exorcista*, vai sendo cuidadosamente sintetizada e mixada até ser totalmente dublada pela voz profunda e sensual de Mercedes McCambrige.

Calazans (1992) cita e analisa o *jingle* produzido por Zé Rodrix, em 1989, para a *General Motors*, cujo ritmo era de 80 ciclos por minuto. Segundo Zé Rodrix, o ritmo do coração de uma mãe amamentando o filho, ouvido pelo recém-nascido, é um som que o bebê sempre vai associar a conforto, tranqüilidade, segurança e prazer. O *jingle* queria associar essas sensações subliminarmente ao carro. Zé Rodrix afirma que se baseou em pesquisas do grupo *Pink Floyd* (que apontaram o ritmo de 80 ciclos como o de maior efeito subliminar sobre o auditório).

Atualmente, encontram-se nos E.U.A várias empresas que desenvolvem trabalhos destinados à área educativa empregando recursos subliminares, dentre elas a *Corporação de Engenharia Comportamental, Engenharia de Emoções*, localizada em Metairie, Lousiana, Nova Orleans, a *Hypnovision* (www.hypnovision.com), a *Potentherbs* (www.Potentherbs.com), a *Valley of the Sun* (www.healingproducts.com) dentre outras.

Rego (1984) e David (2001) citam Vanderbeek, cujo *movie-drome* era um cinema de 360 graus, onde os espectadores deitavam-se e deixavam-se inundar pelo jorro subliminar de imagens nas paredes e no teto, em alta velocidade.

Vanderbeek pesquisava métodos de educação subliminar, tendo filmes como *História da tecnologia* que mostrava do machado de pedra até o satélite de telecomunicações em dois capítulos de quinze minutos. Outro filme de Vanderbeek era sobre automóveis, tudo o que se precisava saber sobre carros. Logicamente não fica nada no consciente, mas ao surgir um problema no carro, aflora à mente o conhecimento de que se necessita para o conserto.

Mauro Sá Rego, em matéria para a *Folha de São Paulo*, publicada no dia 09 de outubro de 1984, comenta diversos empregos educacionais para a tecnologia subliminar. Ele cita Jonas Mekas, cujos vídeos experimentais, os *traveloques*, apresentavam, por exemplo, umas viagens à Europa num vídeo turístico onde, em cinco minutos, vêem-se todas as atrações turísticas do continente europeu.

Mekas trabalha com ritmos subliminares, cortes de 4 fotogramas, fusões sobre fusões, com imagem todo o tempo no limite de fixação da imagem na retina, do modo que esta edição de corte acelerado obriga o cérebro a receber uma enorme quantidade de informação inconscientemente.

Dick Sutphen, perito em técnicas de lavagem cerebral, fala, no *site* www.geocities.com/edsonkb/mente.html, sobre sua experiência pessoal: “eu garanto que os estímulos subliminares funcionam não somente devido àqueles que usaram minhas fitas, mas também pelos resultados de tais programas subliminares por trás das músicas das lojas de departamentos”. Supostamente, a única mensagem continha instruções para não roubar.

Em novembro de 2002, a MTV foi processada, conforme Claudio Julio

Tognolli na *Revista Consultor Jurídico*, 5 de novembro de 2002. O juiz da 12ª Vara Cível de São Paulo, Paulo Alcides Amaral Salles, concedeu liminar a pedido do Ministério Público. Os promotores Deborah Pierri, Motauri Ciochett e Vidal Serrano, que atuam em defesa dos consumidores e da infância e adolescência, ingressaram com ação civil pública contra a MTV Brasil.

De acordo com o Ministério Público, a vinheta:

No plano consciente veicula imagens regulares com o logotipo da MTV, mas quando as imagens do referido clipe são submetidas à velocidade mais lenta, percebe-se que as mesmas trazem cenas explícitas de prática sexual chamada de sadomasoquismo.

Os promotores afirmaram que, "a fita de VHS enviada ao Instituto de Criminalística foi periciada e ali foram constatadas, de fato, as cenas de perversão sexuais mantidas clandestinas". O juiz afirmou que, "a manutenção da publicidade poderá causar danos irreparáveis às pessoas, em especial aos menores, que assistem à programação". A MTV não poderá veicular "qualquer outro programa ou evento em que haja publicidade clandestina, subliminar, especialmente quando houver insinuações de práticas sexuais, sob pena de suspensão de sua programação no mesmo dia e horário da semana subsequente". Caso descumpra a decisão, "terá que pagar multa de R\$ 10 mil".

Outro caso com muito destaque na mídia foi a inserção de dois fotogramas com fotos de uma mulher com os seios nus no desenho animado da Disney, *Bernardo e Bianca*, conforme a *Folha de São Paulo* de 15 de janeiro de 1999,

"Pela primeira vez na história da companhia, a Disney admitiu ter encontrado imagens subliminares num de seus filmes de animação". A cena acontece aos 28 minutos do filme e é imperceptível sem que se pare no quadro a quadro, (Figura 2).

Segundo Calazans (2002), dois *sites* da *internet* iniciaram a polêmica, um deles foi <http://www.entertainium.com/francais/video/rescuers2.html>, e por isso, a Disney foi obrigada a recolher 3,4 milhões de fitas em locadoras de vídeo nos E.U.A.

Falamos de milhões de dólares, muito dinheiro para que um detalhe desses passasse despercebido, um mero acidente, no caso da campanha presidencial onde até os bonés de eleitores contendo logotipos de times de *baseball* são digitalizados e apagados para evitar antipatias. *Outdoors* que exploram a periferia do campo visual quando se está parado em um semáforo, coisas simples e a nosso ver sem importância na verdade estão agindo de forma a ganhar nossa mente.

Não podemos dizer se a música que ouvimos contém ou não mensagens camufladas, o telejornal que assistimos, o filme, enfim, nos resta somente confiar no senso ético de quem produz a mídia.

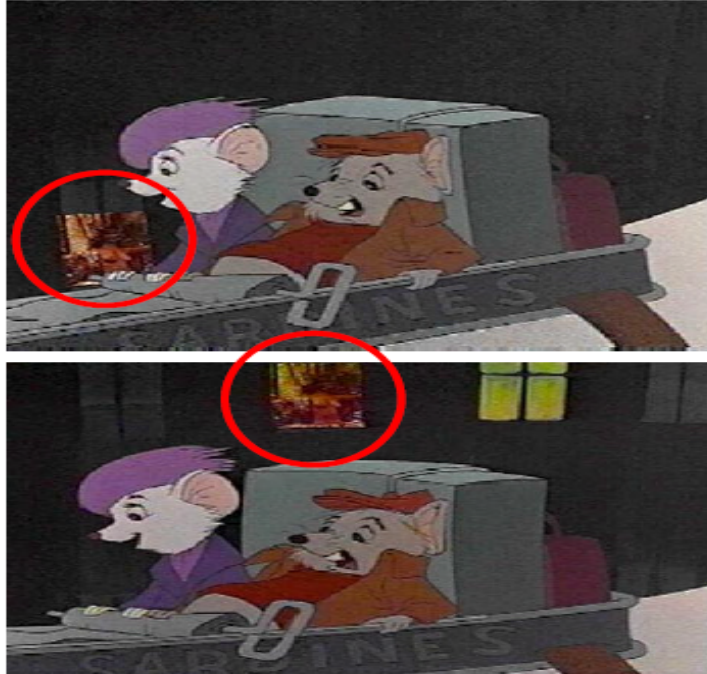


Figura 2 – Frames do filme Bernardo e Bianca produzido pela Disney com imagem com efeito subliminar (circundada).

Fonte: www.asee.org/international/intertech2002/514.pdf



Figura 3 – Imagem Subliminar Veiculada pela MTV

Fonte: http://www.calazans.ppg.br/miolo02_06.htm



Figura 4 – Imagem Subliminar Veiculada pela MTV

Fonte: http://www.calazans.ppg.br/miolo02_06.htm

Acreditamos que as formas de aprendizagem utilizando efeitos de *masking* e frequências acima ou abaixo do limiar auditivo serão cada vez mais exploradas, os resultados, segundo as empresas que comercializam este tipo de mídia, são muito eficientes. Muitas empresas utilizam-se das técnicas taquitoscópicas para ensinarem conteúdos diversos, desde matérias do currículo escolar até assuntos do tipo faça você mesmo, mas principalmente, no estudo de línguas e auto-ajuda.

Muitas empresas estão investindo muito dinheiro e esforço em pesquisa e em desenvolvimento de novas tecnologias para disponibilizar mídias subliminares educacionais.

No campo da publicidade, os estímulos subliminares, como têm sido desde suas primeiras utilizações, irão desenvolver-se de forma surpreendente, e na medida em que houver progresso no campo da neurociência e da engenharia cognitiva sua evolução seguirá suas pegadas. Mas, da mesma forma que hoje, não teremos evolução no que se refere ao aspecto ético em relação ao consumidor, continuaremos a ser manipulados inconscientemente conforme a voracidade capitalista.

À medida que surgirem novas possibilidades de veiculação midiática, no surgimento de novas tecnologias, lá estará o efeito subliminar e sua capacidade de indução.

Teremos, em pouco tempo, a possibilidade de veiculação de publicidade com recursos holográficos, o que permitiria a utilização de estímulos subliminares visuais com novos recursos e possibilidades.

A utilização do computador facilitou a produção de mídia subliminar, tornando-a economicamente viável para qualquer pessoa, e em breve teremos espalhada pela *internet* uma verdadeira praga de conteúdo subliminar, nos *banners* publicitários.

Esta praga originará *softwares* que vasculharão as páginas da *internet* em busca de conteúdo subliminar e assim como os vírus de hoje, mais uma batalha sem fim. Como exemplo do avanço da área, há no *site* www.subliminalrecorder.com, por apenas \$29,50, um *software* (Figuras 5 e 6), que permite a inserção de mensagens subliminares em músicas.



Figura 5 - Subliminal Recording System

Fonte: www.subliminalrecorder.com

A empresa *Skyview*, responsável pelo *software*, disponibiliza, em seu *site*, várias citações de usuários satisfeitos com a facilidade e a eficiência do *software*.

Se pudermos criar subliminares, através de *softwares* fáceis, eficientes e baratos, poderemos imaginar o que há por trás da tecnologia sofisticada e dos fundos ilimitados dos órgãos governamentais neoliberais e suas cumplicidades com esquemas das agências de publicidade e propaganda.

Podemos pensar na manipulação dos comerciais de propaganda a que

estamos e estaremos expostos.

Atualmente não há nenhuma forma de saber o que há por trás da música que ouvimos diariamente. E pode mesmo ser possível esconder uma segunda voz por trás da voz que estamos ouvindo.



Figura 6 - *Subliminal MP3 Encoder*

Fonte: www.subliminalrecorder.com

Hans Holbein, pintor católico, em 1533 representou a obra *Os Embaixadores*, onde retratam Jean de Dinteville e o bispo George de Selves, ambos protestantes (Figura 7).

Há duas versões para justificar a manipulação da mensagem inserida no quadro. Uma diz que Holbein, previa a morte iminente do embaixador junto à corte inglesa, a outra diz que o pintor previa a morte do protestantismo, já que era católico.

Podemos dizer que as duas versões estão corretas, pois o embaixador era protestante.

Um gênero artístico do tipo crítico. Mas é mais adequado ver aspectos ideológicos, e não aspectos pessoais.

Há uma mancha, e por séculos foi vista assim, quando as pessoas passavam pelo quadro em diagonal, e sabendo da história começaram a percebê-la pela visão periférica. Esta mancha, apresentada na Figura 8 é, na verdade, uma caveira (morte) anamorfa, distorcida. Esse esquema é usado pela teoria *Gestalt* para explicar que nossas percepções são dirigidas por aquilo que nossa cultura já filtrou para nós.



Figura 7 – *Os Embaixadores* - Holbein



Figura 8 – Detalhe da *mancha* pintada na obra *Os Embaixadores*

Usando recursos computacionais, pode-se trazer a imagem para sua forma correta, conforme ilustra a Figura 9.



Figura 9 – Imagem *endireitada* da caveira foi apenas uma inocente mancha no meio do quadro, para aqueles que não sabiam das divergências entre o artista e o protestantismo.

Assim, com esses relatos de casos de pesquisa, tentamos oferecer um estado da arte sobre o problema da percepção e da consciência do mundo em termos de seu uso geral. Vamos continuar com relatos, agora sob o ponto de vista teórico dos pesquisadores especializados em estudos de linguagem sincrética na cultura em geral, e nas mídias em particular.

Das inúmeras semióticas escolhemos a semiótica sincrética pelo motivo de termos estudado com mais sistematização esse campo durante o Mestrado, e devido à generosidade didática da professora doutora Nícia Ribas D'Ávila, nossa consultora nos momentos mais difíceis, desde nosso exame de qualificação.

Vejamos.

1.1. 2. O subliminar enquanto categoria da percepção:

Esse campo de estudo tem produzido investigações que demonstram os problemas da percepção em geral, e da percepção subliminar, em particular, como um fenômeno complexo, isto é, o subliminar criminoso que vimos acima, é apenas uma grande fachada do que é, na realidade, o subliminar no nosso “perceber o mundo”.

Vamos traçar aqui uma síntese conforme aulas que tivemos com a especialista em semiótica sincrética Nícia R. D’Ávila, e leituras de textos indicados por ela.

A semiótica sincrética tem como objetivo captar o que Greimas e Courtés chamam de o percurso gerativo do sentido e os esquemas narrativo-discursivos da manifestação verbal. “Sabemos de antemão que a significação é infinita e que nossos instrumentos de análise são finitos”, explica Nícia Ribas D’Ávila, “por isso vamos abarcar aquilo que nossa percepção e consciência podem atingir que são as formas e substâncias dos planos de expressão e do plano de conteúdo”.

Os instrumentos da semiótica sincrética, utilizados em investigações de objetos verbais e/ou não-verbais, acionam várias mídias/veículos de manifestação simbólica como a Publicidade e Propaganda; o Cinema; a Ópera; o Jornalismo, até no nível do discurso sobre a perspectiva sociolingüística; nas estruturas discursivas, a análise colhe as refrações e os reflexos da percepção através da

narrativa do real que envolve tempo e espaço, assim como figuras e temas. Ainda conforme vimos com a professora Nícia D`Ávila a análise reconstrói e articula o sentido no interior do discurso: “se nosso objeto semiótico é a comunicação de massa, a análise permite reconstruirmos e materializarmos as articulações do sentido único que está no interior desse discurso de massa”. Justamente porque vai apontar as disjunções, as conjunções, os efeitos de sentido provocados pela cor, melodia (altura e timbre), ilusão referencial e efeitos visuais de sentidos. Justamente vai revelar o que é subliminar, as formas como nossos sentidos captam as coisas.

A análise, conforme observamos em estudos e leituras realizadas para fins da nossa pesquisa, permitem ver a mensagem como camadas; a camada do subconsciente é a memória e o passado um fluxo contínuo de comunicação; o futuro é a consciência porque a mente consciente não vive no presente, mas sonha com o futuro.

A mensagem é atravessada por um foco de luz que permite vermos os duplos aspectos de cada elemento da comunicação: do emissor; (forma e substância e/ou estrutura cognitiva, coerência epistemológica/a práxis); da mensagem (forma e substância e/ou código/valores); contexto (forma/substância e/ou história/conjuntura); do receptor (forma/substância e/ou código/valores).

Conforme D`Ávila, quanto mais penetramos no mecanismo da significação, melhor veremos que as coisas não significam em razão do seu ser isso ou aquilo em termos substanciais, mas em virtude de traços formais que as distinguem das outras coisas da mesma classe.

Essas descobertas da semiótica sincrética estão relacionadas com os movimentos estruturalistas e as descobertas de Lévi-Strauss onde o ser humano já trás atributos articuladores de sentido limitados, em parte, e principalmente em contextos onde como o neoliberal que não permite que a disciplina para o uso pleno da mente seja expandida para todos, apenas para os poucos privilegiados que se revezam no poder.

Em Greimas (1973), o signo não é definido como tal, ou seja, ele não apresenta nenhuma terminologia que possa representar o conjunto das significações, como fizeram Saussure, Hjelmslev, Peirce, Borba, Bakhtin entre outros. Mesmo não apresentando um rótulo para designar um ponto no qual residem o significante e o significado, Greimas coloca as duas terminologias dentro de um conjunto abstrato, quando pressupõe a inexistência de um sem o outro, e do outro sem o um. Se o significado não é possível sem o significante, então eles se inter-relacionam, completam-se, referem-se, e por natureza semântica, devem ser semas de um semema.

Essa semiótica tem como instrumento os conceitos de significante, significado e significação.

Para Greimas (1973, p. 17), significantes são “os elementos ou grupos de elementos que possibilitam a aparição da significação em nível da percepção”, e significado é o conjunto das “significações que são recobertas pelo significante e manifestadas graças à sua existência”.

Greimas (1973), além de definir, apresentou uma classificação para os significantes, conforme a ordem sensorial pela qual eles podem se apresentar. As

classificações podem ser de ordem: (1) visual: possível determinar algo por meio de um sinal indicado, como o polegar direito, um muxoxo produzido com leve ou brusca torção da face, por meio da própria língua escrita e seus padrões etc; (2) auditiva: língua oral é talvez o exemplo mais indicado; todavia outros significantes significativos podem ser aludidos, tais como: a música, as buzinas, sirenes etc; (3) tátil: O *Braille*, por exemplo; as carícias, etc; (4) olfativa: qualquer indivíduo normal pode diferenciar as rosas das angélicas sem vê-las; (5) gustativa: degustadores.

Significantes de uma mesma ordem sensorial -- podem constituir um outro significante autônomo, ou seja, podem ser pequenos semas que compõem conjuntos de sememas que podem significar estruturas (mais ou menos) complexas e diferentes. Como colocamos cada nota musical é um sema, o conjunto das notas forma um semema, o semema organizado forma o sistema de uma música; e a música, pelos elementos de um dado discurso, pode ser reconhecida e diferenciada de outra música, exatamente pelo conjunto de semas que a compõem.

Significantes de natureza sensorial diferente – podem referir e indicar uma mesma significação.

É o caso da língua oral e da língua escrita. Veja: o significante oral/ mesa/ e o significante gráfico “mesa”, este percebido pelo sistema sensorial visual e aquele pelo sentido auditivo dentro de um dado contexto, podem possuir a mesma significação.

Significantes de várias procedências sensoriais – podem ser interferentes num dado processo de construção de significações discursivas. Como por exemplo, podemos tomar a comunicação humana que, geralmente, é constituída de significantes orais, escritos e demonstrações gestuais.

Pode-se assim dizer que esta incidência é a habilidade humana em certificar-se da perfeita interpretação da mensagem pelo interlocutor-receptor.

Greimas *apud* Nícia D'Ávila, estudar não é apenas apresentar a sua visão de significações, mas mergulhar nas suas profundas definições semântico-analíticas.

Por isso nosso propósito é apresentar de modo sucinto a visão de significações do autor em contraste com outras visões emanadas de autores de campos diferentes, mas que comportam os mesmos objetivos, aqueles de entender a percepção como um processo complexo.

As diversas pesquisas que tivemos contato via leitura demonstram o subliminar como um todo complexo.

Assim, na propaganda da Cerveja, por exemplo, em pesquisa realizada com um *jingle* publicitário de cerveja onde D'Ávila demonstra o uso sincrônico entre imagens e música para casar o consumo com aumento da sexualidade; uso de imagens fálicas e abuso da imagem da mulher para associar com prazer sexual, na realidade induzindo o consumo. Também a pesquisadora tem inúmeras pesquisas sobre subliminar e imagens violentas ou sons acima dos limites sensoriais que causam melancolia, aumento de consumo dispensável, e até depressão e aumento da hétero-violência e auto-violência.

Vemos assim que nossa revisão da bibliografia revelou que a consciência e a percepção são conceitos complexos e que o subliminar permeia o nosso cotidiano, tanto pela nossa incapacidade nos esquemas de atenção seletiva, quanto pelo uso venal.

1.2. Problematizações:

No futuro poderemos ter equipamentos que permitirão a monitoração dos estímulos subliminares, tanto visuais e auditivos como de frequências eletromagnéticas. As frequências eletromagnéticas é uma forte tendência no campo dos estímulos subliminares, e muitos estudos estão sendo feitos principalmente pelo governo dos E.U.A.

Poderemos sofrer também a influência de estímulos subliminares originados de telefones celulares, impulsos estes tanto a nível auditivo como visual através dos recursos das tecnologias *WAP* e videofone.

Podemos, olhando para a situação atual das pesquisas dos estímulos subliminares anteverem o futuro, a luta pelo domínio da vontade de cada ser humano está sendo disputada a todo custo. Se ainda não fomos abordados pelas novas tecnologias que existem, não foi motivada pela falta de pesquisa no assunto. Essa tecnologia, guardada pelos governos dos países desenvolvidos e grandes empresas de tecnologia e publicidade, atuam nos momentos estrategicamente válidos para o mercado.

Ao abordar essas questões estamos tocando unicamente na ponta do *iceberg*. Quando se começa a apontar mensagens subliminares por trás da música, projetar cenas subliminares na tela, produzir efeitos ópticos hipnóticos, ouvir batidas musicais a um ritmo que induz ao transe é que percebemos a extensão do problema.

O subliminar já alcançou uma eficiente lavagem cerebral, e isso é indiscutível.

O problema como estamos vendo é que a lavagem cerebral só funciona com gastos e investimentos venais e/ou abusivos em publicidade e propaganda.

Já no campo da ergonomia, podemos antever um futuro promissor e livre do estigma que trás consigo o termo subliminar.

Poderemos encontrar os estímulos subliminares resolvendo casos de má postura no trabalho, falta de motivação e queda de produtividade. Mas será mesmo isso uma comunicação socialmente sadia?

Como já demonstrou Wilhelm Reich, a opinião-pública está controlada pelas diversas esferas que formam nosso arcabouço social e qualquer problema nas esferas da sensibilidade; da percepção ou da razão vai atuar juntamente com algo da esfera subliminar.

Por isso a revisão da literatura apontou para nós a necessidade de aprofundar estudos sobre a percepção e sobre a nossa consciência do mundo em que habitamos.

Vimos aqui que alguns signos mergulham na nossa consciência e morrem, e alguns sobrevivem. Isso acontece com os signos dotados de uma arte a mais. A arte da persuasão escamoteada. Atuam nos nossos momentos de fraqueza porque se aliam com fatos do inconsciente.

No cotidiano das pessoas; atua, portanto, junto com o imaginário, com o passado, isto é, com aquilo que está no inconsciente latente, mas também com o futuro das pessoas; com o homem, mítico e profano que sofre ações da força da gravidade e nas mídias de hoje que atuam sincronicamente com os interesses neoliberais aumentando cada dia mais a franja de excluídos e de violência simbólica. Tudo indica que o subliminar físico atua com o subliminar psíquico e com a falta de atenção seletiva. O que é percepção? O que é sensação? O que é o inconsciente? Quais as relações entre ações subliminares venais e ações subliminares autovenais?

São essas questões que balizaram a nossa definição do objeto que destacamos a seguir.

1.2.1. Definição do objeto:

Para abarcarmos o que é subliminar devemos observar alguns conceitos. Limiar: é o limite entre o perceptível e o não perceptível pelos canais sensoriais. O mundo à nossa volta bombardeia os nossos órgãos dos sentidos com milhares de estímulos (sinais), que são submetidos a uma filtragem, fazendo com que nosso cérebro não seja sobrecarregado por essa infinidade de dados. Dos dados

capturados pelos órgãos dos sentidos, muitos ficam aquém do limiar da percepção por motivos diversos e inclusive por motivos psíquicos, portanto são sensações, processos “passivos” de captação de informações.

Podemos conceituar estímulo subliminar como todo e qualquer estímulo sensorial que se encontra abaixo do limiar de percepção dos sentidos, tanto físico como psíquico.

Um nível mais baixo de energia do estímulo poderá ser suficiente para ativar os órgãos sensoriais periféricos e as áreas corticais relevantes, sem, no entanto, ter uma intensidade suficiente para produzir uma percepção consciente. Segundo Ferrés (1998),

(...) considera-se subliminar qualquer estímulo que não é percebido de maneira consciente, pelo motivo que seja: porque foi mascarado ou camuflado pelo emissor, porque é captado desde uma atividade de grande excitação emotiva por parte do receptor, porque se produz uma saturação de informações ou porque as comunicações são indiretas e aceitas de maneira inadvertida.

Como vemos a esfera do subliminar é complexa e a percepção subliminar engloba múltiplos fatores, que vão desde o subliminar do *marketing* até o subliminar da autodefesa; dos mecanismos de defesa.

Muitos dos dados captados pelo sistema sensorial também são desviados pelo subsistema de filtragem para o subconsciente (ou, conforme o repertório das teorias da exclusão, mergulham, atravessam as portas da percepção objetiva), devido à falta de interesse do indivíduo receptor no sinal ou por este sinal não ser significativo; ou estar fora do limiar físico do indivíduo.

Classificaremos, neste estudo, os estímulos subliminares em categorias, de

acordo com a forma que se apresentam: (1) intensidade do sinal: abaixo ou acima do limiar de sensibilização consciente. Ex: sons abaixo de 20 Hz ou acima de 20.000 Hz; (2) sinais mascarados ou camuflados: são estímulos que ocorrem enquanto outros estímulos perceptíveis ocupam o canal sensorial consciente, mascarando ou camuflando o sinal que é enviado ao subconsciente. Ex: uso de técnicas de *masking*; (3) sinais com velocidade acima do limiar consciente: quando as mensagens são apresentadas em velocidade acima da capacidade humana de percepção. Ex: utilização das técnicas que exploram a velocidade taquitoscópica; (4) saturação de sinal: quando a quantidade de sinais apresentados causa uma sobrecarga nas vias perceptivas em que o observador é forçado a focar sua atenção em um estímulo principal e o subconsciente capta outras informações apresentadas periféricamente. Ex: Filme “Por Um Fio”; (5) Tecnologias avançadas. Ex: hoje estão sendo inseridas novas tecnologias com altas frequências de ondas UHF; (6) mecanismos de defesa. (7) atos da psique inconsciente. Através de um estudo prático sobre a forma que se apresentam os estímulos subliminares, pode-se perceber que as técnicas apresentadas geralmente fundem-se para que seu efeito seja mais efetivo. Saber o que um termo significa equivale a determinar suas conseqüências práticas, isto é, quais as suas possibilidades de atuação na realidade.

A capacidade humana de abstração e simbolização é uma característica singular e inerente à própria natureza intelectual da espécie humana.

Essa capacidade define-se pela faculdade específica de operar com signos, isto é, com representações, com mediações lógicas que nos reportam aos

objetos sem que tenhamos de manipulá-los, permitindo-nos a representação dos conceitos e nem pensarmos na coisa.

Os limiares sensoriais vão de A-----B, sendo A, denominado pelas teorias da comunicação como limiar absoluto - a mais baixa intensidade, energia mínima que um estímulo pode registrar num canal sensorial: visão/tato/o corpo, etc – e, B, limiar diferencial - um limiar que se refere à capacidade que o sistema sensorial humano tem para detectar alterações num determinado estímulo, ou detectar diferenças entre estímulos. Antes de A temos um limiar não-sensório. Energias que se movimentam, mas que não elevamos e/ou elegemos em níveis do sensório.

Fazemos aqui então uma associação entre energia da percepção com energia psíquica envolvida no momento da percepção. Uma sincronia. A partir de B, o limiar é específico de cada pessoa e vai depender de fatores como atributos genéticos, fenotípicos, estado de alfabetização em níveis; estados emocionais e psíquicos e mecanismos de defesa contidos em A.

O limiar B significa que nossa visão capta, percebe a partir de 1/25 quadros de segundo de exposição.

Para exemplificar podemos dizer algo assim: uma pessoa abre seu e-mail, vê as mensagens e na medida em que vê as mensagens vai sentindo um calor; algo pesado, uma dor no estômago. Percebe então a dor no estômago, uma sensação, associa com o calor, em vez de associar com o acúmulo de pressões vindas do excesso de mensagens, ou de alguma mensagem específica que

entrou em sua consciência que subliminarmente deixou entrar, mas que ela não percebeu que entra por fragilidades daquele momento sem a pessoa perceber.

Esse exemplo nós vimos nas medicinas complementares que defendem que em grande parte as nossas doenças são psicossomáticas.

Vemos então que a percepção de um acontecimento, do mundo externo ou do mundo interno, pode ser algo muito constrangedor, doloroso, desorganizador.

Para evitar este desprazer, a pessoa “deforma” ou suprime a realidade – deixa de registrar percepções externas, afasta determinados conteúdos psíquicos, interfere no pensamento e atua sincronicamente com os limites biológicos do aparelho perceptivo; ou nos casos de complexos de inferioridade, a pessoa convive com sons acima dos limites adequados; escuta músicas que trazem desequilíbrio etc.

Em termos psíquico-sociais subliminares, o campo do inconsciente (ou o fundo do lago, para o fundo sem fundo) começou a ser mapeado pela psicanálise, com S. Freud, mas muitos novos traçados foram feitos que praticamente alterou esse mapa.

Alguns conceitos básicos se mantêm até hoje e passamos a descrevê-los a seguir.

Entre 1920 e 1923, Freud remodela a teoria do aparelho psíquico e introduz os conceitos de *id*, *ego* e *superego* para referir-se aos três sistemas da personalidade das pessoas enquanto indivíduos receptores.

O *id* constitui o reservatório da energia psíquica, é onde se localizam as pulsões: de vida e de morte. As características atribuídas ao sistema

não-consciente, sendo que para Freud é regido pelo princípio do prazer, podendo até ser um prazer pela dor. O *id* é aparentemente irresponsável.

O *ego* é o sistema que estabelece o equilíbrio entre as exigências do *id*, as exigências da realidade e as ordens do *superego*. Procura dar conta dos interesses da pessoa. É regido pelo princípio da realidade, que, com o princípio do prazer, rege o funcionamento psíquico. É um regulador, na medida em que altera o princípio do prazer para buscar a satisfação considerando as condições objetivas da realidade. Neste sentido, a busca do prazer pode ser substituída para evitar o desprazer.

As funções básicas do *ego* são: percepção, memória, sentimentos, pensamento. O *superego* para Freud, origina-se daquilo que chamou de *complexo de Édipo*, complexo construído a partir da internalização das proibições, dos limites e da autoridade do pai, ou da mãe, ou da(s) figura(s) que estiver(em) cumprindo esse papel sob a pessoa.

A moral, ou a ausência dessa, os ideais ou a ausência desses, são funções do *superego*. O conteúdo do *superego* refere-se a exigências sociais e culturais. O *ego* e, posteriormente, o *superego*, são diferenciações do *id*, o que demonstra uma interdependência entre esses três sistemas, retirando a idéia de sistemas separados.

O *id* refere-se aos estados não-conscientes que Freud chama de inconsciente, mas o *ego* e o *superego* têm, também, aspectos ou partes inconscientes.

É importante considerar que estes sistemas não existem enquanto uma estrutura em si, mas são sempre habitados pelo conjunto de experiências pessoais e particulares de cada um, que se constitui como sujeito em sua relação com o outro e em determinadas circunstâncias sociais.

As variáveis psíquicas de A, da não-percepção, envolvem uma complexidade enorme de fatores situados naquilo que tradicionalmente a psicanálise chama de mecanismos de defesa.

Como destacamos o primeiro que buscou mapear essas variáveis foi S. Freud e seu mapa foi ganhando novos traçados até os dias atuais.

São vários os mecanismos de defesa que o indivíduo pode usar para realizar deformações perceptivas da realidade ou realizar atos que são contrários a sua vontade.

São processos realizados pelo *ego*, em função das pulsões de vida e de morte originais no *id* e no *superego* e são em grande maioria não-conscientes.

Para Freud, defesa é a operação pela qual o *ego* exclui da consciência os conteúdos indesejáveis, “protegendo”, desta forma, o aparelho psíquico, o *ego* pode ser visto como um dos filtros das portas da percepção.

O *ego* – uma instância a serviço da realidade externa e sede dos processos defensivos – mobiliza estes mecanismos, que suprimem ou dissimulam a percepção do perigo interno, em função de perigos reais ou imaginários localizados no mundo exterior.

Vejamos alguns exemplos desses mecanismos: (1) *recalque*: o indivíduo “não vê”, “não ouve” o que ocorre. Existe a supressão de uma parte da realidade.

Este aspecto que não é percebido pelo indivíduo faz parte de um todo e, ao ficar invisível, altera, deforma o sentido do todo.

É como se, ao ler esta página, uma palavra ou uma das linhas não estivesse impressa, e isto impedisse a compreensão da frase, ou desse outro sentido ao que está escrito.

O recalque, ao suprimir a percepção do que está acontecendo, é o mais radical dos mecanismos de defesa e vai implicar diretamente em nossas escolhas de consumo; e aí entram as propagandas subliminares. (2) *formação reativa*: o ego procura afastar o desejo que vai a determinada direção e, para isto, o indivíduo adota uma atitude oposta a este desejo. Um bom exemplo são as atitudes exageradas – ternura excessiva, super proteção – que escondem o seu oposto, no caso, um desejo agressivo intenso. Aquilo que aparece (a atitude) visa esconder do próprio indivíduo suas verdadeiras motivações (o desejo), para preservá-lo de uma descoberta acerca de si mesmo que poderia ser bastante dolorosa. É o caso da mãe que superprotege o filho, do qual tem muita raiva porque atribui a ele muitas de suas dificuldades pessoais. Para muitas destas mães, pode ser aterrador admitir essa agressividade em relação ao filho; (3) *regressão*: o indivíduo retorna as etapas anteriores de seu desenvolvimento; é uma passagem para modos de expressão mais primitivos.

Um exemplo é o da pessoa que enfrenta situações difíceis com bastante ponderação e, ao ver uma barata, sobe na mesa, aos berros. Com certeza, não é só a barata que ela vê na barata. (4) *projeção*: é uma confluência de distorções do mundo externo e interno.

O indivíduo localiza (projeta) algo de si no mundo externo e não percebe aquilo que foi projetado como algo seu que considera indesejável.

É um mecanismo de uso freqüente e observável na vida cotidiana. Um exemplo é o jovem que critica os colegas por serem extremamente competitivos e não se dá conta de que também o é, às vezes até mais que os colegas; (5) *racionalização*: o indivíduo constrói uma argumentação intelectualmente convincente e aceitável, que justifica os estados “deformados” da consciência. Isto é, uma defesa que justifica as outras. Portanto, na racionalização, o ego coloca a razão a serviço do irracional e utiliza para isto o material fornecido pela cultura, ou mesmo pelo saber científico.

Dois exemplos: o pudor excessivo (formação reativa), justificado com argumentos morais; e as justificativas ideológicas para os impulsos destrutivos que eclodem na guerra, no preconceito e na defesa da pena de morte.

Além destes mecanismos de defesa do ego, existem outros: denegação, identificação, isolamento, anulação retroativa, inversão e retorno sobre si mesmo.

No final desse trabalho criamos um glossário onde esclarecemos os conceitos aqui relacionados. Todos nós utilizamos mecanismos de defesa em nossa vida cotidiana, isto é, deformamos a realidade para nos defender de perigos internos ou externos, reais ou imaginários.

O uso destes mecanismos não é, em si, patológico, mas causa comportamentos de consumerismo, endogenia social, violência simbólica, hétero-violência e auto-agressividade conforme vimos com Nícia Ribas D'Ávila,

nos casos de exposição maciça de adolescentes às mídias que tornam incapazes de defesa psíquica, a não ser com uso da violência sob o próximo.

Não há nenhuma linguagem ou ação racional sem um estágio anterior não-consciente, enquanto que o não-consciente pode prescindir do estado consciente e ter, no entanto, um valor psíquico. Uma carência afetiva vai aumentar o consumo de algo desnecessário. Não vemos a carência, mas o *neuromarketing*, por exemplo, vê, e vai aproveitar-se disso colocando o produto no mercado sincronicamente nesses “vazios”. Como já demonstraram diversos sábios da pesquisa do campo da antropologia cultural, como CÂMARA CASCUDO, a comunicação social é ainda um mistério onde:

Verifica-se que cerimônias negras são romanas. Um jogo infantil dos nossos dias era prova adivinhatória em Babilônia. (...) Ninguém discute a procedência africana da festa de Iemanjá. (...) Pertence, entretanto, aos cultos da Grécia Clássica, com 18 séculos. Pausânias registrou-a em Epidauro Límira, Lacônia, Grécia escrevendo entre 161 e 181 anos depois de Cristo, quando Marco Aurélio era imperador, reportando-se ao milênio cultural. (...) Nós somos uma contemporaneidade dos milênios.

Esse fenômeno é a manifestação de nossa memória cultural aquela que atravessa o tempo porque está naquilo que a psicologia analítica vai chamar de inconsciente coletivo.

E esses elementos são incorporados à cultura das mídias e pior, são manipulados através de comunicações que W. Benjamin chama de a politização da arte nas mídias, e atualmente com ênfase nas mídias televisivas.

Assim, a esfera do subliminar, atua no processo da comunicação juntamente com as esferas da sensação, percepção e razão. São esferas diferentes, mas complementares.

Podemos agora dizer que o processo da comunicação envolve esses fatores atuando isotopicamente.

Apesar de não vermos, no momento em que nossas portas da percepção se abrem para perceber algo que foi precedido pelos nossos sentidos - passam e entram também - coisas que vão interagir com nosso imaginário, e interagir com nossos mecanismos de defesa, conjuntamente.

Nosso imaginário (ou, nosso profundo lago azul) é povoado por figuras e cenários, por mitos: histórias sobre espaço (lugar) e tempo (calendário) que evocam sentimentos de prazer, desprazer; mitemas e mitologemas; figuras modelares e “estados de alma”.

Por isso nossa decisão de investigar o subliminar como uma esfera em relação com as outras esferas, e usando aqui um paradigma das teorias da comunicação onde o universo da comunicação como um campo social em relação com outros campos sociais, outras esferas, como as esferas da sociabilidade familiar; institucional; educacional, etc.

Para fins conceituais de pesquisa vamos tratar aqui desses fenômenos como esferas interligadas que compõem uma esfera maior que é a esfera da

comunicação. O problema da nossa pesquisa assim é tentar responder o que cada esfera representa em termos conceituais buscando associar conceitos com a produção para o mercado de bens simbólicos.

Ocupamos-nos aqui ainda com o problema da divulgação científica, pois para nós a relevância da presente pesquisa está na oportunidade de refletirmos questões éticas como compromisso políticos das produções do mercado das trocas simbólicas.

Estamos ocupados com o subliminar porque entendemos que é um fenômeno da comunicação de massa que interfere nas nossas escolhas diárias mercadológicas.

Para nós a desinformação sobre as formas como atuam as mensagens subliminares e sobre nossos mecanismos de defesa perturba o tecido social da comunicação que deixa de ser democrática entendendo aqui democracia como valor universal.

Práticas subliminares de massa e desconhecimento dos nossos mecanismos de defesa promovem sociedades antidemocráticas. Não é nossa intenção nos estender explicando o que é democracia. O conceito é universal e único. No entanto como sabemos que a falta de exercício deforma os conceitos, vamos esclarecer que o ideal universal de democracia passa por uma comunicação de massa livre do subliminar proposto, por exemplo, pelo *marketing*, ou pela publicidade e propaganda enganosas, que atuam em sincronia como os

nossos mecanismos de defesa subliminares. Não temos um conceito diferente de democracia.

O correto é dizer então, que não somos democráticos, somos defensores do sistema de castas, por exemplo. E não deveríamos ser.

Democracia é reconhecer a igualdade de todos e que todos têm os mesmos direitos à informação de qualidade e dirigida para o cidadão e não para o cliente.

E por outro lado democracia é o estado de direito estabelecido pelo contrato social consignado na *Carta dos Direitos Humanos*, após a II Grande Guerra.

As bases daquilo que chamamos de democracia foram estabelecidas historicamente e, após a II Guerra, foram redigidas, e até hoje não praticamos os compromissos assumidos pelas intenções da *Carta dos Direitos Humanos* em termos de acesso da população a informações de ponta, direitos de cidadania e dignidade para todos através do cumprimento do *welfare states* prometido para todos e realizado apenas para poucos.

São esses nossos problemas e nossas justificativas para o estudo do subliminar, e vamos agora tentar oferecer um quadro das nossas proposições filosóficas e teóricas em termos de prática de pesquisa.

1.3. Procedimentos metodológicos:

Nosso método é o analítico, e assim examinamos os componentes de um todo para conhecer as causas e a natureza de um problema. Mas não somos cartesianos e nem nossos objetivos aqui estão em propor uma nova ordem em torno do problema.

Conforme nossa professora orientadora, seguimos uma tradição kantiana que ela resgatou em textos de Lucien Goldmann, onde defendemos que o homem não pode conhecer algo que transcenda completamente a matéria como propõe o empirismo e também defendemos que a experiência não basta para o homem conhecer a matéria como propõe a solução racionalista. Por isso optamos pelo método analítico.

Utilizamos métodos e técnicas oriundas do Núcleo de Pesquisa da nossa orientadora que trabalha com o campo das culturas das Mídias em geral e do Jornalismo em particular, área de conhecimento que transita tanto pela ciência como pela arte.

Por isso nossos métodos e técnicas vêm do campo da reportagem e do jornalismo investigativo.

Conforme ensina a professora, uma pesquisa que se quer científica deve ser orientada para explicar o caos, pois para nossos pressupostos filosóficos o caos não é a ausência de ordem, mas sim, a representação do real.

Buscamos encontrar uma inteligibilidade possível através de proposições que ainda não foram tentadas a partir daquilo que vimos

Metodologicamente caminhamos do concreto para o abstrato; mas usamos do esquema da recursividade com o objeto buscando captá-lo num movimento do todo para as partes e das partes para o todo.

Por isso nossa investigação foi no sentido de explorar o universo do subliminar para conhecer melhor e a partir daí tentar oferecer uma inteligibilidade geral e não apenas experimental.

A escolha do tema subliminar como um todo (físico e psíquico) foi, portanto, proposital para conhecer as causas e a natureza dos problemas no universo da comunicação social com objetivos de aprofundar estudos; obter informações que possam ser conectadas com o universo das pesquisas realizadas com esse tema.

Propositadamente também buscamos observar o problema sem interferir no objeto fazendo com isso uma delimitação da investigação, e não um corte epistemológico na pesquisa.

A pesquisa exploratória buscou levantar o estado da questão, como é estudado no campo da comunicação e como é estudado em outros campos correlacionados com a comunicação como, por exemplo, a teoria psicanalítica (muito utilizada em gêneros interpretativos no Jornalismo); a psicologia analítica, e os neo-intelectuais que misturam teorias da mitologia religiosa com aspectos da pesquisa sobre mitos e suas semelhanças com os problemas da esfera do subliminar no cotidiano humano; (utilizada para produção de diversos gêneros na Publicidade e Propaganda); e as teorias da Comunicação, com seus modelos os mais diversos, que vão desde os modelos lineares que remontam a Aristóteles até aos modelos politizados e, portanto, mais adequados com as atuais Semióticas

que, através de hermenêuticas próprias, e partindo do signo lingüístico, sonoro, imagético, sincrético, enquanto nome-objeto-coisa, aprofundam os problemas da percepção, e da percepção subliminar em particular revelando um conhecimento novo no estudo do subliminar; que certamente não vamos aprofundar aqui.

Ainda conforme vimos há autores que afirmam que a percepção subliminar não possui linguagem, mas há também autores que afirmam que a percepção subliminar está ancorada no nosso imaginário simbólico mitológico.

Estamos apenas seguindo um percurso que segundo ela foi aberto pelos estruturalistas genéticos, como os romenos Lucien Goldmann e Mircea Eliade, os franceses Pierre Bourdieu, Roland Barthes e outros do campo da antropologia cultural, como Lévi-Strauss.

As pesquisas de Claude Lévi-Strauss revelam que os mitos despertam no homem pensamentos que lhe são desconhecidos e que, as teorias dos experimentalistas, e dos racionalistas estão superadas, justamente porque não admitem que o subliminar são imagens, figuras e afetividades que elas despertam, que Lévi-Strauss vai chamar de mitemas e mitologemas.

Vale lembrar que os experimentalistas - defendem que a origem das idéias matemáticas (a idéia de linha, a idéia de círculo, a idéia de triângulo) se dá por vermos uma série de objetos redondos, nenhum dos quais perfeitamente redondo, que somos capazes, apesar de tudo, de abstrair a idéia de círculo.

A idéia da mente como uma tabula rasa, que nada tinha, no começo, dentro de si; tudo lhe chegava a partir da experiência.

E os racionalistas, defendem que essas idéias de círculo, de triângulo, de linha, eram idéias perfeitas, inatas à mente, e é por existirem na mente que somos capazes de projetá-las, para dizer de algum modo, na realidade, embora a realidade nunca nos ofereça um círculo ou um triângulo perfeito.

Quando olhamos de longe e vemos curvas ou círculos trata-se de uma ilusão referencial. Assim, como vemos, essas duas formas de conceber o real estão superadas. Na natureza, não há ângulos perfeitos, e tudo funciona adequadamente e é essa a idéia de caos.

Atualmente, os investigadores contemporâneos no campo da neurofisiologia da visão ensinam-nos que as células nervosas da retina e os outros aparelhos por detrás da retina estão especializados, algumas células só são sensíveis à direção em linha reta, outras à direção em sentido vertical ou horizontal ou oblíquo, e outras, ainda, apenas são sensíveis à relação entre o fundo e as figuras destacadas, e assim por diante.

Assim todo esse problema da experiência em oposição à mente parece ter uma solução na estrutura do sistema nervoso, não na estrutura da mente nem na experiência, mas num ponto intermédio entre a mente e a experiência, no modo como o nosso sistema nervoso está construído e na maneira como se interpõe entre a mente e a experiência.

Após os estudos exploratórios a pesquisa passa a ser do tipo explicativa com objetivos de encontrar uma inteligibilidade específica do problema na esfera da comunicação de massa; da esfera das mídias.

Valendo-se dos dados encontrados nessa fase construímos nossos quadros de coleta de dados, definindo que nossa observação seria realizada em fontes documentais, e aulas realizadas durante o Mestrado onde estudamos o fenômeno da percepção.

Nossa finalidade nesse ponto foi buscar dados bibliográficos e documentais e nesse ponto pensamos que a pesquisa poderia, caso tivesse mais tempo, ter buscado mais dados documentais imagéticos, já que nosso objeto não se expressa pela linguagem, nem denotativa, nem conotativa, mas pela linguagem diagramática; a linguagem simbólica que só pode ser captada pelas isonomias que produz.

O universo pesquisado foi o subliminar na esfera das mídias, enquanto veículos e enquanto campo social em relação com outros campos sociais, como a escola, as instituições comerciais, etc. Nossas dúvidas iniciais foram: o que é, onde e quando acontece o subliminar na comunicação de massa?

Para isso até o exame de qualificação foi realizada apenas a pesquisa exploratória com objetivos de obter uma síntese da bibliografia fundamental, ou um resumo dela.

Após as orientações da banca saímos do exploratório e fomos para uma pesquisa do tipo explicativa e continuamos a pesquisa devido ao grande poder de ensinar questões complexas da professora doutora Nícia R. D'Ávila.

As entrevistas e colóquios que participamos com a professora foram fundamentais para nossa delimitação do objeto; nossas rupturas com o senso comum e pelas duplas rupturas epistemológicas que pudemos alcançar quando

vimos o conceito de senso científico disjunto do senso crítico, mas não de forma hierárquica; sendo que é por essa espécie de fenda que entram as coisas subliminares.

Vamos ver o subliminar como uma esfera dentro de uma esfera maior composta – além da esfera do subliminar - pelas esferas da sensação, da percepção e da razão. Por isso fomos conhecer o esquema das semióticas que investigam esse complexo esquema maior que é o esquema da comunicação; da linguagem; da lógica de cada um; e de cada cultura que em grande parte condiciona as lógicas de cada um, o raciocínio que precede a linguagem enquanto código.

Cientistas e sábios como Leonardo da Vinci (1452-1519), e artistas, escritores, utilizam propositalmente suas obras, livros, pinturas para registrar maliciosamente cenas ou traumas de suas infâncias ou marcas ideológicas. Mas isso não é o que chamamos aqui de subliminares.

Isso é manipulação de signos, que podem ser percebidos enquanto coisas e não como objetos ou como nomes, enquanto que o subliminar é a manipulação de coisas não percebidas como signos.

Vejamos então o que não é subliminar, para depois tentarmos ver o que é o subliminar em termos de campo acadêmico. Vejamos como um exemplo.

A obra de uma das figuras mais expressivas do surrealismo, Salvador Dalí, em Mercado de Escravos, retrata dois mercadores de escravos e alguns negros, (Figura 10). Um deles, de joelhos, como que suplicando, diante dos mercadores.

Nesta obra, ao olharmos para o arco da porta, tem-se “subliminarmente”, o busto de Voltaire, que era contra a abolição da escravatura. Salvador Dali utilizou-se da arte para criticar a visão contraditória do real que tinha o Iluminismo diante de tamanha humilhação humana que era o regime de escravizar os inimigos.

Voltaire “invisível” é um sinal para Dali demonstrar sua crítica ao “notável gênio da Modernidade” – crítica que apenas intelectuais e iniciados vão perceber e deduzir como crítica ao Iluminismo.

Outros vão ser informados desse sinal “subliminar” como crítica ao Iluminismo; esse será identificado e codificado. Isso não é subliminar conforme aprendemos com os colóquios com a professora Nícia D`Ávila.

Podemos ver na figura a seguir que o arco da porta forma o crânio; os chapéus dos dois mercadores formam os olhos de Voltaire; e a sombra do busto dos mercadores forma o nariz e a boca de Voltaire.



Figura 10 – *Mercado de Escravos* - Voltaire

Essa então é uma manipulação de signos enquanto que o subliminar envolve problemas mais profundos que vão além da percepção.

Envolve como abordamos acima, estudos de mitologia, e aqui vamos fazer uma longa citação retirada de uma entrevista publicada com Joseph Campbell, onde ele traça a diferença entre símbolo e alegoria, ou símbolo e sinal.

Diferença sutil, mas profunda quando empregada para estudos da percepção subliminar, por isso vamos destacá-la, justamente para que essa particularidade da nossa metodologia fique esclarecida.

Vejamos Campbell, embora a citação seja longa, como estudamos com Lúcia Santaella, muitas vezes o pesquisador precisa selecionar uma citação

grande para não deformar assuntos complexos que só podem ser traduzidos enquanto códigos complexos.

Vejamos Campbell:

Tive uma experiência muito interessante e divertida há cerca de três semanas. Estava almoçando com uma jovem que era de Israel. Ela havia acabado de chegar da Guatemala, onde visitara algumas ruínas – tudo muito excitante. Fora uma viagem maravilhosa. Mas, na pequena cidade guatemalteca de Antigua, a camareira lhe havia perguntado:

- De onde você é?

- Ah! – respondeu ela – sou de Jerusalém.

- O quê?! – exclamou a camareira. – Você veio do céu?

Aí esta uma interpretação errônea do símbolo da Terra Prometida, ou seja, que ela esteja em algum lugar no céu espiritual. A outra interpretação errônea é que ela seja um local geográfico neste planeta. A tradição católica e algumas religiões protestantes cometem um erro; a hebraica, outro. E as únicas pessoas que parecem compreender a mensagem de onde fica a Terra Prometida são os gurus, que estão chegando e, com toda a calma, ganhando adeptos. Qualquer pessoa que queira descobrir onde se localiza sua vida espiritual não precisa ouvir: “Está no céu”; ou: “Arrume uma arma e vá para Israel”. Ela está bem aqui, dentro de cada um de nós. Ora, esta palavra, símbolo, como a tenho usado, tem uma referência específica. Quero dizer que o modo de definir palavras assim é opcional. Jung faz uma distinção entre símbolo e sinal. Um sinal é uma referência a algo que é conhecido ou possível de ser conhecido de uma maneira perfeitamente racional. Por exemplo, você vê um sinal numa placa de estrada: “Boston”. O sinal “indica” um lugar cognoscível, físico. Mas um símbolo – um símbolo mítico – não se refere a algo conhecido ou possível de ser conhecido de maneira racional. Refere-se a um poder espiritual que é operativo na vida e conhecido apenas por seus efeitos. O outro termo que costuma surgir junto a sinal e símbolo é alegoria. Na poesia e na literatura, uma alegoria é um modo de falar sobre algo já conhecido – de uma maneira interessante, através de imagens. Por exemplo, a alegoria do século XII do Roman de la Rose [Romance da Rosa] é uma alegoria de amor, e todo elemento nessa história representa algum relacionamento emocional com a experiência de envolvimento num caso de amor. Isso é uma alegoria. Mas

veja, por exemplo, o símbolo do nascimento virginal. Não é um sinal. Não é uma referência alegórica. Não é uma referência a um fato histórico. É uma referência a um evento espiritual e, se for interpretado como evento histórico, ocorre equívoco. O símbolo da Terra Prometida, por exemplo, nada tem a ver com a área geográfica que deve ser conquistada e mantida por poderio militar. É uma referência a um lugar, ou ao que poderia ser chamado de uma atitude em relação a um lugar, no coração humano. Nesse lugar, o coração é um ponto fixo de onde fluem os quatro rios. Essa é a Terra Prometida. Ela deve ser encontrada dentro da pessoa, espiritualmente, e percebida na vida. É uma potencialidade, não um fato. Há uma grande diferença aí. Uma das coisas que aconteceram em nossas religiões ocidentais é que muitos dos símbolos foram erroneamente tomados por sinais, e toda a nossa mitologia é vista como uma pseudo-história que, na verdade, nunca ocorreu historicamente. E essa é a razão pela qual as pessoas, ao perceberem que aquilo que o símbolo representa não poderia ter ocorrido, perdem a fé e a religião e ficam, de repente, sem o vocabulário de comunicação entre o transcendente e a racionalidade de um ser humano vivente. Isso é o que vejo à nossa volta o tempo todo.

E vejamos um pouco mais com Campbell um exemplo de um mito observado com os critérios delineados acima.

Temos a indicação do significado do Deus Jano no nome janeiro, o primeiro mês do ano, que inicia o Ano Novo. Essa é a figura do Ano Novo olhando para duas direções – o par de opostos. Ora, uma das idéias elementares essenciais que permeiam todos os sistemas verdadeiramente mitológicos é a do par de opostos. Ela se refere ao fato de que no espaço e no tempo experimentamos a vida como um conjunto de opostos.

Na figura de Jano, os dois opostos são realmente um – uma figura olhando para duas direções. Isso indica o modo como experimentamos o tempo. Há o passado, há o futuro, mas o agora existe no meio. Assim, quando temos uma figura de duas faces como Jano, o ponto em que devemos nos concentrar é no meio. As duas faces são os dois aspectos que experimentamos na vida temporal. Por exemplo, Adão e Eva são simplesmente dois aspectos de um ser. Foram expulsos do jardim do Éden quando conheceram a diferença entre o bem e o mal. Naquele momento, também conheceram a diferença entre masculino e feminino e entre o homem e Deus. Por isso foram expulsos! E a única

maneira de retornarem ao jardim é voltando ao meio. Heráclito nos diz: "Para Deus, todas as coisas são boas e certas, mas, para os homens, algumas coisas são boas e outras más." Esse é o aspecto puramente temporal que causa divisão em nós. Uma figura dual muito importante dessa espécie é o andrógino, que reúne o masculino/feminino em um. Esse é o símbolo principal da compreensão dos opostos.

O casamento é uma ocasião para você chegar a uma experiência que transcende a sua encarnação pessoal de um aspecto, e, através da relação no casamento, você pode experimentar uma identidade com aquele outro você, isto é, vivenciar sua participação no modelo andrógino.

Como vemos, o estudo do subliminar exige do pesquisador a postura de ver mito como uma verdade, isto é, não pode ser definido de forma ao pé da letra, exigindo do pesquisador uma postura mais seletiva e cognitivamente comprometida com os aspectos isotópicos da percepção humana.

Vamos agora ver as teorias que selecionamos para oferecer uma inteligibilidade às problemáticas levantadas.

CAPÍTULO 2:

A percepção como um dado complexo

Vamos nesse capítulo tentar oferecer uma visão do fenômeno da percepção, em termos de sua perspectiva complexa, principalmente tendo em vista pesquisas futuras em mídias de massa.

Por isso, pensamos que as contribuições da banca serão relevantes para nossos futuros passos nesse campo.

2.1. A abordagem complexa:

Quando um autor elabora uma obra de sucesso que se torna um clássico atemporal, geralmente lança mão de um dos vários símbolos que compõem os universos de padrões comportamentais de comunicação e valores morais de determinado público-alvo.

Essa referência aos símbolos, figuras que remetem a temas que ocorre nas obras culturais eruditas, de massa, intelectualizada ou popular, obras comerciais ou publicitárias, é um recurso utilizado de forma consciente, ou inconscientemente por alguns autores, e atinge o inconsciente coletivo do público, tornando as obras em questão, clássicos de sucesso, sejam elas, filmes, livros, músicas, *jingles*, etc. Isso porque como vimos com as pesquisas da Semiótica sincrética há todo um conjunto de elementos subliminares que superam as barreiras do tempo-espaço.

Para termos uma idéia do que é subliminar – já que são códigos invisíveis - é preciso ver as outras esferas que compõem com o subliminar, seja de maneira complementar, antagônica ou no sentido de harmonização.

Aqui estamos chamando de esferas apenas para oferecermos uma imagem de conteúdos em movimento, como forma de abordar nosso objeto.

As esferas como as do imaginário; das impressões; da sensibilidade (sensação e/ou sensação/reflexão); da percepção (enquanto uma primeira resposta a uma sensação), e da razão (enquanto uma segunda resposta – uma espécie de resposta cultural).

Vamos ver os aspectos subliminares tentando estabelecer suas relações com os outros aspectos da percepção e da consciência, portanto, e assim tentar articular sucesso publicitário de venda, ou de bilheterias com as problemáticas das representações sociais, econômicas, simbólicas, do imaginário.

2.2. Sensação e percepção:

Conforme o sintético e oportuno conceito de reportagem sobre o tema das sensações da *Revista SuperInteressante*:

(...) a sensação é a parte “passiva” da coisa”. Colocamos entre-aspas para dar ênfase ao problema de que a coisa nunca é totalmente passiva pois também vai interagir. Quando simplesmente recebemos um estímulo. É quando as ondas sonoras atingem o aparelho auditivo, fazem o tímpano vibrar e, na forma de impulsos elétricos, são levadas pelo nervo auditivo até o cérebro. A partir daí entra em cena a percepção, que assimila, decodifica e processa esses dados.

Por exemplo, existe uma medicina complementar que estuda a linguagem do corpo. As técnicas que compõem e auxiliam nos diagnósticos dessa medicina passam pela observação das respostas que o paciente dá pelo movimento dos braços, ou dos olhos, sem que o próprio paciente perceba.

Os mecanismos biológicos que o ser humano dispõe como dispositivos de entrada de dados são comumente chamados de órgãos do sentido (ou canais sensoriais). O senso comum conhece como os cinco sentidos.

No entanto, segundo Bartley (1969), o organismo humano apresenta dez modalidades sensoriais, por meio das quais contata o mundo externo. São elas: visão, audição, tato, temperatura, sinestesia, dor, gosto, olfato, sentido vestibular e sentido químico comum.

A *sinestesia* é uma associação espontânea (e que varia segundo os indivíduos) entre sensações de natureza diferente, mas que parecem estar intimamente ligadas. Exemplo: para certas pessoas, um som determinado evoca

uma cor determinada ou um perfume particular, ou certa música ou certo perfume o(a) fazem lembrar de alguém ou de algo; o *sentido vestibular* localiza-se na parte auditiva do ouvido interno, captando a sensação de equilíbrio, é responsável pela vertigem das alturas, quando se observa um precipício; o sentido químico é responsável pelas reações alérgicas, mediante o contato com alguns animais ou vegetais, dotados de substâncias agressoras ao organismo humano, causando irritações na pele; o *sentido da dor* ou *nocicepção* é o responsável pela sensação de dor quando algo nos fere.

Cada sentido possui um órgão específico, ou seja, uma parte do corpo especializada para desempenhar sua função. Esse órgão possui um grau de sensibilidade que é determinado por uma série de fatores, como a idade, limitações fisiológicas do organismo etc. Esta sensibilidade está relacionada à quantidade de estímulo, ou energia física, necessária para que o órgão perceba o sinal. Este fator de sensibilização do sentido está relacionado diretamente ao fato de que existem estímulos que sensibilizam o sentido, e outros, apesar de existirem, não o sensibilizam. A este pequeno diferencial entre o detectável e o não detectável chamamos *limiar*.

Conforme Day (1972) o limiar é considerado como o valor do estímulo, para o qual a *percepção* (resposta positiva) ocorre em cinquenta por cento das vezes em que o estímulo é apresentado. *Limiar absoluto* é a mínima quantidade de estímulo que o órgão do sentido pode detectar.

Existe ainda um *limiar de diferença* que é a quantidade mínima de mudança na intensidade de um estímulo, que pode ser notada pelo órgão do sentido,

também chamado de *limiar de discriminação* ou *diferença apenas perceptível (dap)*.

Segundo Day (1972), eles apresentam-se quando existem dois objetos com estímulos quase idênticos e o critério de julgamento do observador flutua, ora um parece ser o de maior intensidade, ora o outro. Essa espécie de interferência flutuante afeta todas as decisões do limiar, de modo que há uma grande chance de surgirem alarmes falsos, falhas no pendor de resposta ou reação, influenciando nas dimensões do limiar de diferença.

A própria natureza do problema do limiar tem exigido situações experimentais em que o observador não pode estar certo de que tenha realmente detectado o estímulo que procura e isso pode estar relacionado intimamente com sua motivação e expectativa por parte do observador.

Devemos, ainda, abordar os conceitos de *estímulos distais* e *proximais*. Hochberg (1966) declara que o que realmente lhes interessa são os objetos e suas propriedades, mas nossos principais sistemas sensoriais não estão em contato direto (físico) com esses objetos.

Eles são classificados como objetos distais e deles recebemos *estímulos distais*, ou seja, estimulam indiretamente o nosso sistema nervoso, pela reflexão da energia luminosa, sonora, etc. Que podem atingir nossos órgãos sensoriais.

Os padrões de estímulos que atingem e afetam nossos órgãos sensoriais são chamados *estímulos proximais*. Hochberg (1966) afirma que somente podemos adquirir conhecimento sobre o mundo físico distal, o mundo que nos cerca, através do estímulo proximal, atuando sobre os nossos órgãos sensoriais.

Caso haja uma interferência no padrão de estimulação proximal, nenhum objeto será observado, ao contrário, se for apresentada uma estimulação proximal adequada, o objeto será observado, mesmo que esteja fisicamente ausente.

Neste ponto surgem dois conceitos importantes para que possamos entender como o sinal é tratado pelos órgãos dos sentidos: a *sensação* e a *percepção*.

A *sensação* pode ser caracterizada como o processo passivo de captação das informações pelos órgãos sensoriais, do mundo externo para dentro do corpo, especialmente para as regiões de organização dos estímulos no cérebro. Este processo é dito passivo porque o ser humano não necessita engajar-se conscientemente nele, como vimos, mas há controvérsias e optamos por chamar esse processo de a esfera da percepção subliminar. As sensações, após serem captadas são transformadas (através do isomorfismo) em percepções.

O conceito de *percepção* tem se modificado com o passar do tempo e a evolução dos estudos sobre o assunto, principalmente sobre o enfoque cognitivista. Bartley (1969) *apud* Eysenk e Keane (1990) definiu percepção como “reação discriminatória imediata do organismo para os órgãos sensoriais ativadores de energia”, onde “discriminar é escolher uma reação em que as condições contextuais têm o papel decisivo”.

Mais tarde, Roth (1986) *apud* Eysenk e Keane (1990), forneceu uma definição muito mais atualizada e cognitiva: “o termo percepção refere-se aos meios pelos quais a informação adquirida do meio ambiente através dos órgãos sensoriais é transformada em experiências de objetos, eventos, sons, gostos etc”.

Fialho (2001) diz que, dentro da modelagem cognitiva, sensação é a resposta específica a um estímulo sensorial particular, enquanto percepção é o conjunto de mecanismos de codificação e de coordenação das diferentes sensações elementares, visando um significado.

A percepção pode ser caracterizada como o processo ativo de seleção, organização e interpretação da informação capturada pelo cérebro através dos canais sensoriais. Vários processos perceptivos também passam por vias não conscientes. Este limite entre a percepção e a sensação, na realidade, está relacionado a uma fase do percurso gerativo de sentido.

Na sensação há a entrada de estímulos através dos órgãos sensoriais, já na percepção o estímulo sai do domínio sensorial e entra no do subsistema de tratamento das informações, ou seja, é processado.

Mas não existe um componente puro, filtrado, sempre estará atuando o subliminar do momento, aquele que está mais no inconsciente latente, mas que tem raízes profundas com a parte mais profunda do “lago azul”, que é a consciência.

A percepção possui uma relação de dependência com a sensação, pois se os órgãos sensoriais não absorverem a energia de um estímulo oriundo do meio e não houver a conversão desta energia em impulsos neurais, a percepção não ocorrerá.

Segundo Pinker (1999), a teoria modular do cérebro-mente pode nos servir de apoio para a compreensão dos mecanismos envolvidos nos processos relativos a sensação e a percepção.

Fialho (2001) declara que o corpo humano é dotado de aproximadamente um bilhão de receptores sensoriais, que estão distribuídos pelos órgãos dos sentidos.

Ao receberem um estímulo, esses sensores transmitem seqüências de impulsos elétricos que passam através de milhões de *filamentos nervosos* em direção ao sistema nervoso central. Se toda esta informação fosse transmitida ao nosso cérebro sem qualquer sistema de filtragem ou seleção, as conseqüências seriam desastrosas e poderiam ir desde uma grande demora no sistema de saída, até uma sobrecarga na esfera mental do cérebro devido a toda informação redundante ou inútil.

Desta forma existem algumas reações e filtrações que fornecem uma proteção, afinando o fluxo de dados e extraíndo apenas o que é útil, correspondendo a apenas uma gota, se comparado ao mar de dados disponíveis e recolhidos por nossos órgãos dos sentidos.

Assim, somos preservados, selecionando o que nos interessa dentro dessa massa imensa de conhecimentos, bloqueando o que é considerado inútil e sem valor.

Segundo Fialho (2001), uma ínfima fração é levada em nível da percepção, ou consciência. Após as sensações atravessarem o filtro, é processado pelo cérebro a função de identificação e interpretação, os resultados são transmitidos via milhões de condutos nervosos até os efectores (músculos e, em alguns casos, glândulas). Desta forma, temos um déficit entre a fase de entrada (sensação), e a entrada da fase de processamento (percepção), essa diferença é retida pelo

subsistema de filtragem. Podemos dizer que a percepção mental - onde começa a processar em termos de lógica - é o reflexo, ou o estímulo de uma pequena parcela do todo real que nos cerca. Atualmente existem várias teorias que pretendem dar conta dos filtros cognitivos; podemos afirmar que as portas da percepção têm vários tipos de filtros, além do cognitivo, vimos os filtros psíquicos, químicos e biológicos.

A *Teoria de Broadbent*, citada por Ladewig (2000), diz que o sistema nervoso é um canal de mão única (processamento serial), e Wellford (1952) *apud* Ladewig (2000) diz que o mesmo possui capacidade limitada, necessária para evitar engarrafamento no fluxo de dados que entram pelos canais sensoriais, onde as informações selecionadas são identificadas e as não identificadas são “perdidas” do consciente sensorial ou real. Segundo esta teoria, somente uma operação de estímulo-resposta poderia ser executada.

Ladewig (2000) declara que diversos pesquisadores contestaram a *Teoria de Broadbent*, dentre eles, Deutsch & Deutsch (1963), Treisman (1992) e Keele (1973), os quais demonstraram que o ser humano é capaz de lidar com mais de um estímulo por vez.

A *Teoria da Atenuação* de Treisman (1992) determina que o sinal é enfraquecido (atenuado) quando não possui relevância a tarefa. Segundo Ladewig (2000), a grande diferença entre as teorias é a localização do filtro.

Broadbent (1958) e Welford (1952) colocam o filtro no início do processo de seleção. E só um filtro. Essas teorias não reconhecem as pluralidades

disciplinares.

Treisman, Deutsch & Deutsch e Keele propuseram que o filtro se encontrava mais além, dentro do processo que seleciona informações.

De certa forma todos esses autores concordam que o estímulo antes do filtro é livre de atenção, sendo processado, em paralelo ou serialmente, conforme a teoria, e quando atingem o filtro, passa a ser processado de maneira serial, exigindo, então, atenção.

Abernethy (1993) *apud* Ladewig (2000), mencionam que a posição do filtro varia de acordo com o tipo de atividade realizada, podendo existir, inclusive, vários filtros, dependendo das combinações da tarefa e das estratégias utilizadas pelo indivíduo. Apesar de não haver concordância entre os autores previamente mencionados em relação à posição do filtro.

Segundo Ladewig (2000) eles concordam que a atenção possui duas características marcantes: (1) capacidade limitada (filtro); (2) processamento da informação de maneira seriada. Para explicar a limitada capacidade da atenção Cherry (1953) *apud* Ladewig (1994) define o termo como sendo a dificuldade do indivíduo em atender diversos estímulos ao mesmo tempo.

Kahneman (1973) *apud* Ladewig (1994) vai além, concluindo que atividades diferentes impõem diferentes demandas nesta capacidade limitada da atenção, e que, quando ocorre um desequilíbrio entre a capacidade da atenção e a demanda, a *performance* deteriora-se consideravelmente. Podemos ainda, incrementar o conceito expresso acima e declarar que a capacidade limitada de nossa atenção também se deve à limitação perceptiva de nossos canais

sensoriais.

Problemas ligados, portanto, a sensibilidade, a cultura, ao potencial individual e específico cognitivo, problemas de gerenciamento do eu; entre outros.

A teoria sobre sensação e percepção mais atual ainda é a teoria da *Gestalt*. Vamos ver como a percepção é explicada por seus formuladores e discípulos.

2.2.1. A Gestalt:

Sob o ponto de vista da *Gestalt*, podemos conceber a percepção visual conforme as seguintes características citadas por Gomes (2001): no processo perceptivo, a assimilação é realizada em função de um contexto ou sistema de referência, do qual se retiram algumas de suas propriedades; perceber pode implicar em decidir diante de uma situação marcada não por aquilo que podemos “ordenar”, mas por algo complexo, isto é, impossível de ser traduzido em linguagem. A atividade perceptual fornece uma representação do mundo exterior empobrecida e orientada.

É uma forma de *simplificação* onde só aparece claramente aquilo que interessa ao indivíduo em função de seu comportamento específico e de suas intenções.

Temos um exemplo que se tornou clássico – uma imagem emblemática de mulher que tanto podemos ver uma jovem, ou uma velha. Se você enxergar uma jovem é porque suas impressões estão mais sadias, seu imaginário não está

doente; mas se você enxergar a velha, veja lá, pode ser, - sem querer generalizar, é claro - sinal de doença subliminar; ou de um desejo reprimido.

Vamos ver melhor.

Na teoria da *Gestalt* podemos observar alguns aspectos estruturais e funcionais do campo perceptivo, são eles: só a figura possui forma, sendo o fundo desprovido dela; as linhas de contorno que delimitam o componente figural do resto do campo pertencem a figura; mesmo encoberto pela figura, o fundo parece continuar por detrás dela, sem se interromper ou perder a unidade; a figura é sempre percebida em um plano mais próximo do sujeito que percebe; a figura constitui-se em componente privilegiado para evocação, pois é a parte mais bem vista e dotada de maior condição de estabilidade; no que concerne aos limites discriminatórios, as diferenças perceptíveis são maiores quando produzidas sobre a figura.

Na superposição de dois elementos de superfícies distintas e homogêneas e de tamanhos diferentes, geralmente percebemos o menor elemento da figura; quando de dois campos de cores distintas e homogêneas, um é consideravelmente maior que o outro e o encerra, o campo pequeno encerrado é geralmente percebido como figura;



Figura 11 - Gestalt: Campos de cores distintas e homogêneas

Se um contorno divide um campo em parte superior e inferior, a parte inferior aparece mais prontamente como figura;

Na mídia de massa o diagramador ou programador visual sabendo essas teorias pode manipular (para o bem e/ou para o mal, não estamos entrando nesse mérito, é claro) para que certa notícia seja vista por todos os leitores; ou ouvida e vista por todos os telespectadores porque vai entrar em correspondência do isomorfismo.

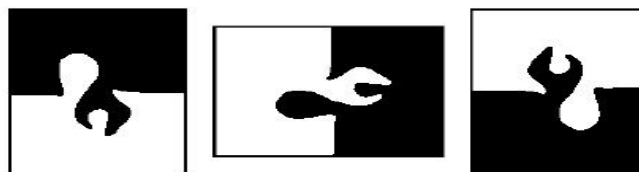


Figura 12 - Gestalt: Divisão de um campo por um contorno

As propriedades dos elementos figurais não são permanentes ou imutáveis (reversibilidade);

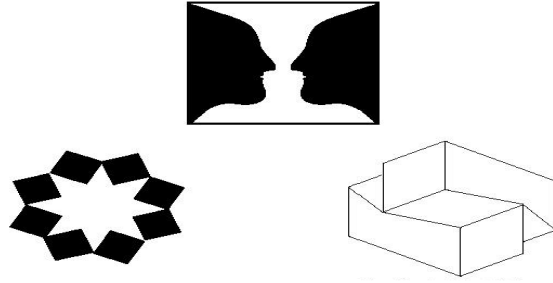


Figura 13 – Gestalt: Reversibilidade

A mente humana organiza perceptualmente as estruturas seguindo o princípio da pregnância e da boa forma, ou seja, uma figura pregnante é aquela que exprime uma característica qualquer, forte o suficiente para destacar-se, impor-se e ser de fácil evocação. Corresponde no comportamento aos mitos.

Vamos ver em outra subseção algumas teorias que colhemos sobre mito e realidade, sagrado e profano, e como isso tem correspondência com nossa percepção; nos mitos estão os nossos códigos da invisibilidade.

Anexamos a esse trabalho umas figuras desenhadas por esquizofrênicos e paranóicos, e ver como seus “códigos” “falam” através de mitemas e mitologemas e revelam que esses “doentes” estão em busca do equilíbrio.

Vemos que justamente os loucos são aqueles que mais buscam aproximar-se do equilíbrio.

Vamos continuar ainda com as teorias da *Gestalt*. Vejamos mais sobre nossas formas perceptivas:

Forma Forte: as partes não têm independência, são pregnantas, regulares e simétricas.



Figura 14 – *Gestalt*: Forma Forte

Forma Fraca: embora destacadas, são indecisas e as partes têm uma relativa autonomia.



Figura 15 – *Gestalt*: Forma Fraca

A partir de uma situação concreta, o ato de perceber absorve não só as unidades ou elementos que compõem a imagem, mas também, de modo imediato e em condições prioritárias as relações que entre elas se estabelecem.

Ao fator básico da boa forma, associam-se fatores complementares que vão se constituir nas condições através das quais tem consumação à forma privilegiada ou pregnantes, como segue:

Fechamento ou clausura: tendências das formas incompletas para se completarem ou fecharem, ganhando maior grau de regularidade ou de estabilidade.

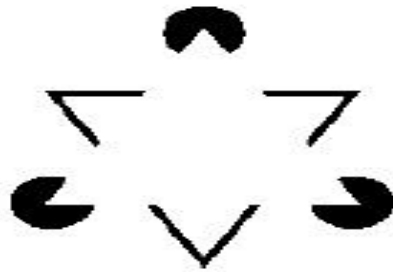


Figura 16 – *Gestalt*: Fechamento ou Clausura

Seqüência ou boa continuidade: não obstante o cruzamento de linhas, não se encontra dificuldade de destacá-las.

A nossa organização tende a se orientar para a continuidade da direção e movimento de uma unidade linear, o que vai determinar a leitura de uma ou de duas figuras em determinadas organizações formais lineares.



Figura 17 – *Gestalt*: Seqüência ou boa continuidade

Proximidade: tendência a perceber elementos reunidos a uma curta distância como um conjunto unificado.

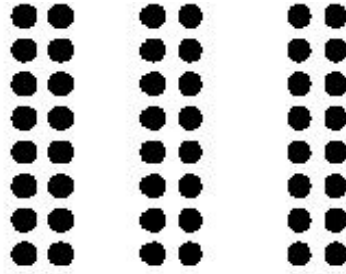


Figura 18 – *Gestalt*: Proximidade

Semelhança: tendência a agrupar objetos ou caracteres, segundo sua igualdade ou semelhança, estabelecendo grupos.

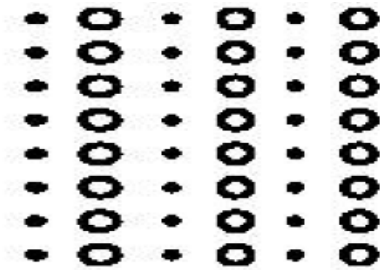


Figura 19 – *Gestalt*: Semelhança

Simetria: tendência a destacar elementos que guardam uma relação simétrica.

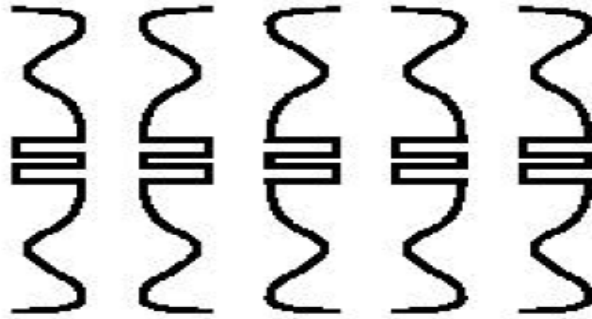


Figura 20 – Gestalt: Simetria

Destino comum: Quando percebemos num campo objetos que se deslocam na mesma direção e com a mesma velocidade, os apreendemos como um conjunto.

Movimento: Num campo constituído de estímulos inertes, a presença de um estímulo dotado de movimento determina a instalação de um padrão que o favorece como elemento figural ou privilegiado.

Direções principais: A largura e a altura são as principais dimensões de uma figura plana. O quadrado apoiado sobre seu vértice parece maior e com características distintas do que o outro que se apóia sobre sua aresta.

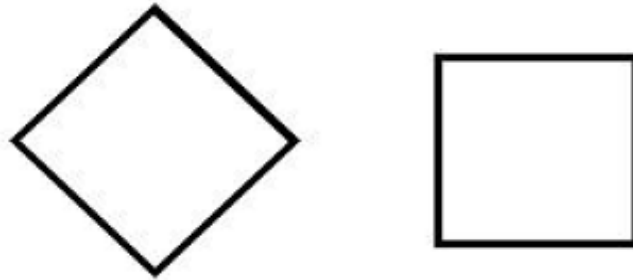


Figura 21 – Gestalt: Direções Principais

A vertical domina sobre a horizontal no campo perceptual.

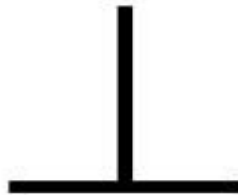


Figura 22 – Gestalt: Vertical e horizontal

Linhas: linhas abertas e fechadas são limitadoras da forma. As fechadas não são percebidas como entidades independentes de uma figura. A percepção do comprimento de uma linha é um caso particular de percepção de magnitude. A percepção das partes não depende somente dos estímulos individuais. Ela é afetada pela totalidade das relações que se estabelece no campo perceptual.

Superfícies: A percepção de superfície está condicionada à sua composição heterogênea. Na ausência dessa diferença de textura não se

costuma a apreensão da superfície, vivendo-se um espaço diluído e não localizável.

Volume e profundidade: se um objeto recobre parcialmente um outro, este último é percebido mais distante e o outro mais próximo.

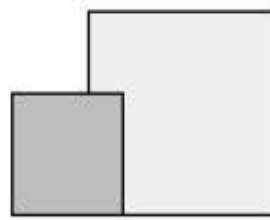


Figura 23 – *Gestalt*: Volume e profundidade

Tamanho: entre dois objetos de tamanhos diferentes, o maior parece mais próximo e o menor mais afastado.

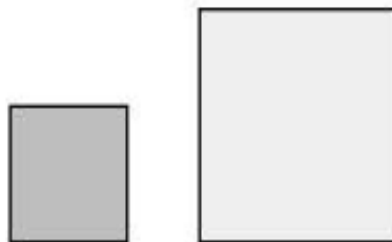


Figura 24 – *Gestalt*: Tamanho

Paralaxe de movimento: os objetos mais distantes parecem acompanhar o movimento do observador, enquanto os mais próximos se mostram dotados de movimento na direção oposta.

Nitidez relativa: entre dois objetos que se mostram com graus diferentes de nitidez, o mais nítido parece mais próximo.

Luz e sombra: alguns padrões de luz e sombra convenientemente combinados fornecem indicação de profundidade.

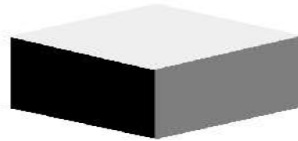


Figura 25 – *Gestalt:* Luz e sombra

Perspectiva linear: o grau de convergência entre figuras correlaciona-se com a impressão de distância.



Figura 26 – *Gestalt:* Perspectiva linear

Gradiente de textura: devido a geometria da situação espacial, uma tessitura uniforme é projetada na retina de uma forma tal que, quanto maior a distância a que se está da retina, maior a densidade da tessitura na imagem na retina.

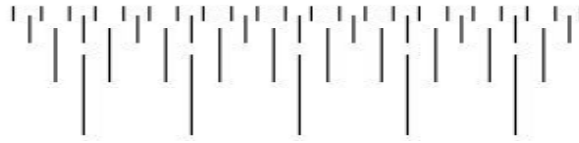


Figura 27 – *Gestalt*: Gradiente de textura

Para oferecer um aprofundamento dessas questões vamos trazer aqui o comentário de André Dartigues, sem tradução do nosso imaginário, portanto, uma citação longa, mas pensamos sob a perspectiva da complexidade, como já explicamos:

Como a essência, a forma é uma totalidade estruturada que se define por si mesma e não a partir dos elementos que a compõe. O iniciador da teoria da forma, o psicólogo vienense Ehrenfels, dá como exemplo do que chama qualidade formal – e que se tornará a forma – a invariabilidade de uma melodia transporta em um outro tom: “Ela permanece para nós a mesma melodia, tão fácil de reconhecer que, as vezes, não notamos a mudança. No entanto, todos os seus elementos estão alterados, seja porque todos os sons são novos, seja porque alguns deles ocupam outros lugares com outras funções”. Esse exemplo poderia, aliás, servir para ilustrar a noção de estrutura, que foi definida como “um todo formado de fenômenos solidários tais que cada um depende dos outros e só pode ser o que é por sua relação com eles” ou, mais brevemente, “uma entidade autônoma de dependências interna”. Observemos também que o exemplo da melodia que não muda apesar das transposições, que é pois constituída pela invariabilidade da proporção entre elementos e não pela natureza de cada elemento tomado à parte, não deixa de evocar o exemplo da sinfonia com o qual Husserl ilustra a essência. Mais ainda, o próprio Husserl chama forma, como já assinalamos, a unidade intencional pela qual, através do fluxo das sensações internas (sensação de verde, de rugoso, etc.) que constituem a matéria sensível ou “sexual” da percepção, eu viso o mesmo objeto distinto de mim e exterior a mim (a árvore que está a minha frente). A forma é, pois, para o próprio Husserl, uma invariante, a invariante que, na diversidade e mudança das sensações pelas quais

um objeto se dá para mim, me permite captar este objeto como sendo sempre o mesmo. É, portanto, graças à forma que a consciência pode sair de sua vivência imanente e perceber, através do fluxo temporal dessa vivência, a essência que, ela própria, não é afetada pelo tempo. (DARTIGUES, 1992.)

Terminamos assim essa parte da pesquisa sobre a percepção.

Vamos continuar aprofundando e vendo agora um pouco mais nesse profundo “lago azul” os nossos estados afetivos e emocionais e visualizar a participação desses estados em nossa consciência.

2.3. Os estados afetivos e emocionais:

Amaral & Oliveira (2003) dizem que talvez pela intensa malha de conexões entre a área pré-frontal e as estruturas límbicas tradicionais, a espécie humana é aquela que apresenta a maior variedade de sentimentos e emoções.

Embora alguns indícios de afetividade sejam percebidos entre os pássaros, o sistema límbico só é desenvolvido nos mamíferos, sendo praticamente inexistente em répteis e anfíbios e em todas as outras espécies inferiores. A ablação de partes importantes do sistema límbico (as experiências foram feitas com ratos) faz com que o animal perca tanto a afetividade maternal quanto o interesse lúdico.

Amaral & Oliveira (2003) confrontaram a opinião de vários autores e dizem que as emoções se caracterizam por uma súbita ruptura do equilíbrio afetivo. Quase sempre são episódios de curta duração, com repercussões concomitantes

ou consecutivas, leves ou intensas, sobre diversos órgãos, criando um bloqueio parcial ou total da capacidade de raciocinar com lógica. Isto pode levar a pessoa atingida a um alto grau de descontrole psíquico e comportamental.

Por exemplo, a pessoa aceita provocações; ou gera uma neurose paranóica, um comportamento sádico; ou ao contrário, pode gerar uma psicose com auto-piedade. Isso pode ter sido adquirido na infância, ou na adolescência, na família, ou na escola. Aparece “de repente”, apenas aparentemente.

Logo mais vamos ver melhor também o que é esse raciocinar com lógica que o desequilíbrio emocional destrói.

Vamos voltar um pouco mais à superfície para ver a consciência em nível do visível. Mas antes vamos mergulhar nesse “lago azul”. Vamos ver agora o que são os sentimentos.

Por contraste, os sentimentos são tidos como estados afetivos mais duráveis, causadores de vivências menos intensas, com menor repercussão sobre as funções orgânicas e menor interferência com a razão e o comportamento. Exemplificando: amor, medo e ódio são sentimentos; paixão, pavor e cólera (ou ira) são emoções.

Existem, ainda, duas condições bem caracterizadas que, de certa forma, estão inseridas no contexto da vida afetiva, posto que, dependendo da intensidade dos afetos, elas podem resultar destes e, às vezes, com eles se confundirem.

Estamos nos referindo aos distúrbios do humor, representados pelas depressões e euforias maníacas e a diminuição do estado de relaxamento mental

com reação de alerta, representada pela ansiedade.

Ao longo dos séculos, filósofos, médicos e psicólogos estudaram os fenômenos da vida afetiva, questionando sua origem, seu papel sobre a vida psíquica, sua ação favorecedora ou prejudicial à adaptação, seus concomitantes fisiológicos e seu substrato neuroendócrino. As manifestações afetivas teriam como causa última, a capacidade da matéria viva de responder a estímulos sobre ela incidentes.

Segundo Quevedo (1974), o doutor Hereward Carrington descreveu em 1932, em sua obra *A primer of psychical research*, uma experiência interessante que comprova que o inconsciente (as profundidades do lago azul) retém maiores informações que o consciente: introduzida uma pessoa numa sala na qual nunca tenha estado, damos-lhe somente uns quatro ou cinco segundos para que observe tudo o que puder.

Após sair da sala, poderá dar conta de uns 10 ou 15 objetos. Mas se a hipnotizarmos em seguida para aproveitar as sensações que de fato teve e das quais não se deu conta conscientemente, observaremos que poderá enumerar, mais uns 40 ou 50 objetos que estavam na sala e dos quais só inconscientemente tivera conhecimento.

Quevedo, ainda cita algumas características do inconsciente: “esse se lembra de tudo, guarda aquilo que é da esfera da percepção subliminar, aprende imediatamente coisas complexas, suas informações não se perdem com o passar do tempo, e o inconsciente é mais inteligente e criativo que o consciente”. Wheeler (1997) compara o cérebro a um iceberg. “A ponta (menos de 10% de

tudo aquilo a que tivermos sido expostos) tem a ver com a nossa memória consciente, contendo as informações que consideramos mais importantes e a que desejamos ter acesso freqüente. Mas sob o nosso consciente encontra-se o inconsciente, que contém 90% das nossas recordações. Essas não são tão facilmente chamadas ao consciente, mas, estão lá e, quando forem disparadas pelo exato impulso, surgirão à superfície, e conclui: nada é definitivamente esquecido”.

Vamos agora ver como funciona nosso raciocínio lógico. Para isso, antes teremos que ver melhor o que é Lógica? Ou melhor, o que são as lógicas? Em seguida vamos ver a Lógica de Charles Peirce que construiu um edifício científico através de estruturas tricotômicas e não mais didáticas.

Pelo que vimos existe uma lógica padrão, aristotélica que serve para as nossas comunicações lineares, verbais visuais; uma lógica complexa matemática, mas que serve para estabelecermos correspondência biunívoca e produzirmos pesquisas científicas, e uma lógica chamada dialética que serve para compreendermos a natureza das coisas de forma mais complexa; tudo indica que o problema está justamente aí, já que não há um acordo no uso da dialética não como método para compreender o mundo, mas como abordagem, porque nos parece que as lógicas são formas de abordagem que permeiam todo o processo de comunicação, mas não sendo o único, a lógica equivale ao processo discursivo.

Por exemplo, a dialética é sempre negação porque nega as leis da lógica formal; é um abalo de todo conhecimento rígido.

2.4. O nível das Lógicas e a organização do real:

Lógica e linguagens são formas como expressamos nossos sentimentos, emoções, dúvidas, certezas; e até nossas neuroses e outros desequilíbrios.

Formas de comunicação ou de incomunicação; quando não temos clareza de raciocínio. São formas codificadas de expressarmos nossas conclusões sobre o mundo, sobre as coisas, sobre a natureza, sobre o homem.

O papel das diferentes lógicas é o mesmo: determinar se, o que se afirma como conclusões, são conclusões, ou são, por exemplo, fruto da chamada ilusão referencial.

As linguagens expressam nossas conclusões, nossos argumentos.

A Lógica Formal, aristotélica, muito útil para nossas comunicações escritas e sociais, vem de um campo da ciência e da arte que estuda nossas conclusões.

Assim, o estudo das formas de linguagens – que é a Semiótica ou a semiologia, por exemplo - exige um conhecimento prévio de Lógica Formal. Vamos ver melhor qual é o papel da Lógica Formal. Bem claro: o papel dessa Lógica não é determinar se as conclusões são verdadeiras ou falsas, mas determinar se o que se afirma como conclusões são conclusões, ou falácias, por exemplo; entre outras funções da Lógica.

Ter conhecimentos sobre Lógica, é importante instrumento para organizarmos nossas idéias de forma mais rigorosa, de maneira a não tirarmos conclusões inadequadas a partir de enunciados dados.

Mircea Eliade comentou que quando lançou seu livro com o título *O sagrado e o profano*, muita gente leu o livro em diagonal e não viu que justamente o autor estava defendendo que a dicotomia: sagrado de um lado, e profano de outro, era uma falácia. O título era para apontar a falácia, mas muitos leitores passaram a incluir em seus processos discursivos a idéia dicotômica e daí concluir que o é homem dividido entre o profano e o sagrado.

Ora, isso é uma falácia porque a dicotomia é: sagrado e humano; ou podemos fazer outra dicotomia: mítico e profano. Então o que é sagrado não é humano e o que é mítico é, ou não, profano, mas é humano porque está isotopicamente coerente com o eixo das possibilidades epistemológicas e sintagmáticas que Eliade demonstra em seu livro.

Conforme Mircea Eliade que transcrevemos aqui (cf. Camocardi, 1999): "Eliade, em *O sagrado e o profano* constata que o conceito de sagrado não tem como contraponto o conceito de profano, como pensa o senso comum. Ele diz:" há duas histórias: a sagrada e a humana, tal como há dois tempos: o mítico e o profano.

Mas a história humana e o tempo profano só adquirem realidade quando subordinados à história sagrada e ao tempo mítico, que lhes conferem caráter de eternidade".

Esse exemplo de falácia é para vermos os aspectos da ilusão referencial das nossas comunicações devido à complexa relação entre o senso comum e suas lógicas permeadas por julgamentos morais e de fato. Vamos ver.

Como toda ciência e arte, a Lógica tem uma tradição. Devemos conhecer essa tradição para entrar no seu campo.

Para ver que temos várias formas de abordarmos o mundo, infinitas, mas que essas formas possuem aspectos que são constantes, sendo a lógica mais adotada na sociedade ocidental, a chamada lógica aristotélica.

A lógica aristotélica, ou talvez mais adequadamente a lógica formal seja necessária para adequarmos nossas “falas” (escritas ou orais) a um código/repertório padrão. Tem como ponto de partida três princípios sobre o argumento: (1) o princípio da não-contradição, (a conclusão não pode ser contraditória/falácia); (2) o princípio da identidade, (a conclusão deve ser coerente); (3) o princípio do terceiro excluído, (a conclusão não pode ser generalizadora). Para a Lógica o pensamento nasce de premissas.

Premissas são proposições iniciais. Podem ser do senso comum; do senso crítico e do senso científico.

Quando são premissas do senso comum estão pautadas pelo julgamento moral e de gosto. Quando são premissas do senso crítico estão pautadas pelo julgamento estético e metalingüístico; quando são do senso científico não são premissas, são proposições.

Chegamos às nossas conclusões por meio de elementos racionais intuitivos: divagação; associação de idéias; imaginação; recursos informativos da cultura (crenças e opiniões até sentenças científicas). Predominante em toda Idade Média e por correspondência isotópica em sociedades cujas mentalidades

são conservadoras a lógica formal quando inflexível e presa a epistemologias fixistas vai fazer sombra sobre uma outra Lógica, a dialética.

A Lógica dialética já existia enquanto campo de conhecimento desde os pré-socráticos e no Oriente ela é respeitada e muito estudada até hoje.

Cá no nosso Ocidente – dominado que foi pela moral hebraica e/ou católica, a Lógica dialética foi “redescoberta” mais recentemente com Kant, depois com Hegel e finalmente incluída em nossas academias pelas teses seminais do alemão Karl Marx (um judeu não-hebraico em termos de imaginário, um laico mal-resolvido em termos comportamentais devido aos sérios problemas de exclusão moral que sofreu por parte da sociedade local/global).

Vários de seus discípulos que estão espalhados pelo mundo infelizmente não conseguem mais usá-la enquanto Lógica como processo discursivo, mas conforme vimos com as aulas de Teorias a dialética tornou-se uma espécie de método; uma forma de explicar os problemas e não uma forma nova de explicar os problemas como é próprio da Lógica dialética enquanto abordagem do objeto; apenas enquanto abordagem, mesmo nas fases hermenêuticas. Mas não cabe agora aprofundar esses aspectos que levantamos apenas para problematizar e manter nossa postura de abordar o objeto enquanto uma complexidade que não pode ser traduzida, fora escolha do tipo de pesquisa pluridisciplinar. Mas enquanto processo discursivo a lógica dialética é uma lógica diferente da lógica aristotélica porque seus princípios são diferentes.

Os três principais princípios da lógica dialética são: (1) a interpenetração dos contrários; (2) a transformação da quantidade em qualidade; (3) a negação

da negação. Isso porque para aqueles que abordam a realidade através desses princípios, existe uma infra-estrutura que dá suporte a todas as formas de linguagens e essa infra-estrutura é composta pelos referentes extralingüísticos, além dos referentes verbais e não-verbais.

Conforme Lucien Goldmann: “o discurso dialético é situado, momento de uma práxis que se totaliza e integra em seu desenrolar o conjunto dos elementos do campo muitas vezes heterogêneo no qual ela se estende”. Lembremos que práxis quer dizer nossa capacidade de oferecer inteligibilidades para o real através das teorias.

Essa nossa síntese agora está sendo dialética, isto é estamos aqui buscando descrever nosso objeto de forma sintética fazendo um movimento reflexivo do todo às partes e reciprocamente.

É pura ambição querer falar das formas e substâncias da lógica dialética. Nosso objetivo aqui é colocar os elementos que devem compor uma pesquisa na área do subliminar e da mídia, que se queira complexa.

Assim vamos ver mais uma breve síntese de uma outra Lógica, bastante utilizada pelos mais diversos campos científicos. A Lógica Simbólica.

Na Modernidade do século XX vamos ver nascer, fruto de estudos de lingüísticos, matemáticos e filósofos, a lógica simbólica, a lógica matemática.

Bertrand Russell foi um proeminente estudioso nesse campo. Sua lógica é antropomorfizadora, pois além de matemático ele transitou pelo humanismo dialético, criou uma teoria para o campo da matemática equivalente às teorias da Semiótica de Ch. Peirce; às teorias de Greimas; ao conceito de consciência

possível de Lucien Goldmann, e outros poucos, mas incríveis pensadores e lógicos do século XX. Mas foi Charles Peirce quem deu forma à lógica Semiótica.

Vamos mergulhar agora nas suas teorias para ver o seu “profundo lago azul”.

2.4.1. A Lógica de Charles Peirce:

Antes de 1900 há diversos estudos sobre nosso sistema de percepção da realidade e o problema do nome. Não vamos nos ocupar aqui com o problema das origens, é claro. Mas em *Crátilo*, de Platão a questão era: os nomes são dados às coisas por um contrato social, ou pelo contrário resultam da natureza das coisas?

Platão não concebia a idéia que hoje temos de que os nomes são dados aos objetos e não às coisas.

A grande pergunta era: o signo é arbitrário ou não? Hoje pensamos que talvez essa não seja uma boa pergunta.

Hoje sabemos que o homem produz coisas, e produz também a linguagem para se comunicar. A linguagem escrita é um símbolo. A língua dominante é sempre a língua daqueles que detêm o poder econômico, social e político. Ainda chamada de norma culta, como se a outra ou outras fossem destituídas de culturas e de saberes.

A língua é um veículo pelo qual circulam a informação e o conhecimento, e é também uma forma de alguém demonstrar que possui. Mesmo que esta

demonstração seja um blefe. A Gramática é o levantamento sistematizado, feito à *posteriori* das normas que regem uma determinada língua. Esse à *posteriori* não quer dizer depois da fala, quer dizer, de acordo com as convenções de uma chamada norma culta, ou melhor, da norma padrão.

Exemplos de signos: (1) a cruz significando o Cristianismo; (2) a cor verde significando Siga; (3) uma pegada indicando a passagem de alguém; (4) as palavras designando coisas (e sentidos que emprestamos às coisas, julgamento de valores); (5) a fotografia mostrando um aspecto da história e a posição e o recorte do fotógrafo; (6) a música sugerindo situações; (7) o jornal representando a conjuntura; indicando posturas e comportamentos; (8) o discurso revelando para o especialista, perturbações emocionais do cliente; etc. O signo tem uma natureza vicária, mas isso não basta para afirmarmos que todo signo será sempre vicário.

Por isso mesmo elegemos as teorias de Peirce porque trata-se de uma nova Lógica; a Lógica da abdução; que não pode ser aprendida de maneira mecânica.

Dois livros básicos para entrar nas teorias de Peirce - enquanto um novo edifício lógico - é: *O que é Semiótica?* (Lúcia Santaella) e *Panorama da Semiótica* fazendo o exercício da Alice no país das maravilhas tal como ensina o autor, (Nöth). Imprescindível ainda é ler o *Collect Papers* e “tudo mais que cair nas mãos”.

Para efeitos dessa nossa pesquisa nos valem das aulas da professoras Bulik, Araújo e principalmente das indicações de leituras e entrevistas com a professora Nícia Ribas D`Avila.

Vamos ver então essa questão da natureza vicária do signo e suas relações com a percepção e o edifício lógico de Peirce. Como descobrimos a realidade vicária do signo?

Um grande marco é Ferdinand de Saussure (1900) na França e Charles Peirce nos Estados Unidos, (contemporâneos). Saussure, um estudioso das línguas cria a Lingüística, ciência que estuda a linguagem verbal nas suas modalidades oral e escrita. Ele observa que temos linguagens sincréticas (linguagem da fotografia; da pintura; da doença; do doente; etc.) e esta para ele poderá ser estudada por um campo que ele chama de Semiologia.

Saussure demonstra a dupla articulação da linguagem, isto é, todo fenômeno de comunicação é formado por um som (ocupa espaço) e por um sentido (interfere em nosso ritmo/nossas impressões) e que o entendimento do signo está no espaço (nas impressões) entre o som e o sentido.

O que significa que muitas vezes as mesmas palavras têm diversos sentidos e que as palavras não são neutras. E Saussure traz um conteúdo ideológico, portanto, cultural, e por tabela político.

Com os lingüistas a Semiologia é apreendida pelo esquema signo= significante/significado. Não há ainda como vemos a noção do subliminar profundo, de formas e substâncias da expressão e do conteúdo do signo; Peirce, como vamos ver, abarca essa complexidade porque não abarca da mesma maneira que o Saussure as concepções de espaço e tempo.

Charles Peirce é um lógico, uma espécie de Hermes Trismegisto da Modernidade, que vai estudar o problema da linguagem como lógica, pois aos 15

anos já dominava o esquema transcendental de Kant onde estava demonstrada a impropriedade dos esquemas meramente racionalistas e/ou empiristas.

Conforme vimos com Santaella, a estética transcendental de Kant é a primeira parte da jornada kantiana que tem o intento de desvendar como é possível o conhecimento e quais são seus limites.

Tal parte se ocupa da sensibilidade e tenta elucidar quais são as suas formas *a priori*. E *a priori* não é o que vem antes, mas os paradigmas biológicos, químicos, etc, que sustentam o que aparece que é a linguagem; o discurso. Aqueles todos apontados também por Bachellart, anos depois. Cria a semiótica, uma arte ciência como vimos com Lúcia Santaella. Uma lógica e ao mesmo tempo uma arte para investigarmos a cultura entendida como produtora de sentidos estéticos, sensibilidade; de sentidos éticos, e produtora de raciocínios lógicos. São os principais alicerces de Ch. Peirce, conforme observamos das leituras realizadas.

Para Peirce a percepção subliminar é o juízo sintético *a priori* em que tanto a colateralidade (as “imagens” modelares do entorno) quanto o reconhecimento acontecem de maneira não-consciente, que ele vai chamar de síntese de anteceptos. Todo juízo sintético precisa de duas formas de abdução. A primeira chamada colateralidade ou analogia baseia-se na comparação de um índice original com propriedades já catalogadas na memória da mente interpretante com o objetivo de transformar o índice num subíndice. A segunda forma de abdução é a que promove o reconhecimento desse mesmo subíndice, produzindo a síntese propriamente dita. Por isso, como afirma Peirce, nenhuma cognição é original,

mas todas se baseiam em cognições anteriores. Chamamos de semiose o fenômeno que culmina na significação de algo. Para o Lógico, perceber é traduzir um objeto de percepção em objeto de cultura: o signo. Ele desenvolve uma teoria para entendermos e estudarmos os signos. Demonstra que os signos exercem um papel na nossa percepção. Não são nem modelos fiéis do mundo, nem sistemas sem correspondências com aquilo a que se referem. De acordo com um estudo epistemológico de Romani que encontramos em nossas buscas sobre o esquema de Peirce:

A idéia de Peirce é de signo área, que é algo muito similar ao que a Física denomina campo. Ela abarca as concepções de espaço e tempo. Uma palavra qualquer, por exemplo, ao ser escrita, ocupa uma área gráfica, mas ao ser pronunciada ocupa tanto um espaço acústico quanto um tempo – que é o de seu pronunciamento. Ambos espaço e tempo podem conter signos, o que faz deles “áreas” onde um signo pode se manifestar. Na verdade, o processo funciona inversamente: nossas concepções de espaço e tempo só existem devido à sucessão ininterrupta de signos existentes (índices) que, ao se fundirem numa ordem, originam signos mentais que predicam a realidade. Nossas concepções de espaço e tempo, portanto, são predicados ou idéias atribuídas à matéria. Se fosse possível interromper a semiose, eliminando a chegada de índices aos nossos sentidos, tanto o espaço quanto o tempo desapareceriam. O signo área representa as relações entre as quantidades da matéria (Amplitude x Profundidade) e as concepções que criamos para organizá-las: os conceitos de espaço e de tempo.

Vamos ver melhor essa problemática do espaço e tempo.

Conforme vimos com Huberto Rohden:

Todas as coisas percebidas apenas pelos sentidos corpóreos aparecem invariavelmente como existindo dentro

de tempo e espaço, tendo certa duração e certa dimensão; um quando e um onde. Essa impressão de espaço e tempo que nos dá é a sensação: “se eu não percebesse as coisas por meio dos sentidos, não haveria para mim essa impressão da pluralidade das coisas. Existem portanto duas categorias: a de duração (tempo em sucessão) e a de pluralidade dimensional (espaço ou extensão)”. (...) se eu não percebesse as coisas por meio dos sentidos, não haveria para mim essa dupla pluralidade; haveria unidade de tempo e unidade de espaço, isto é, não haveria sucessão tridimensional (passado, presente, futuro) chamada “tempo”, nem haveria extensão tridimensional (largura, comprimento, profundidade), chamada “espaço”.

Charles Peirce está vendo o signo por essas categorias, e o interessante é que o senso comum e mesmo o senso crítico não abarcam essa diferença e somente um olhar semiótico vê diferenças entre categorias temporais e espaciais e a ausência da sucessão temporal e a ausência da extensão espacial, que é, por exemplo, o cotidiano; a categoria do cotidiano; ou o signo; como Peirce e os semióticos que surgem com os movimentos estruturalistas não formalistas e pesquisadores cujos pensamentos são da fenomenologia. Por isso que Rohden explica que a eternidade não é para todos os séculos e séculos e séculos, mas uma sensação do aqui e agora; simultâneo. E o infinito é a ausência de extensão espacial.

Vejamos como ele explica:

(...) a eternidade não é a soma total dos tempos, como se pensa vulgarmente; nem o infinito é a soma total dos finitos. Eternidade é a negação radical e categórica de todo e qualquer tempo, assim como infinito é a negação absoluta de qualquer finito. Não se chega à concepção de eterno e infinito pela adição ou multiplicação de temporais e finitos, mas sim pela inexorável negação desses últimos.

Charles Peirce era também um estudioso de espectroscopia, então via pela perspectiva das teorias da relatividade. Criou três categorias da percepção e seus correlatos sendo: (1) o signo em relação a si mesmo (imediato e dinâmico); (2) o signo em relação ao objeto (imediato e dinâmico); e o (3) signo em relação ao interpretante (três níveis).

Vamos ver esse esquema conforme a tabela a seguir:

SIGNO			
CATEGORIAS	CORRELATOS		
	representamen interpretante	objeto	
PRIMEIRIDADE	Qualisigno (um vazio, uma possibilidade)	Ícone (representa o objeto por similaridade) podendo ser imagens (P), diagramas (S), metáforas (T)	Rema (representa sem afirmar)
SECUNDIDADE	Sinsigno (réplica) área clichê	Índice (sintoma) depende de uma associação	Dicente (uma proposição) Conteúdos culturais profundos
TERCEIRIDADE	Legisigno (área) concepções de espaço/tempo	Símbolo (representa a coisa)	Argumento (três tipos: senso comum s. crítico s. científico)

Dessa tabela Peirce vai construir 66 tipos de relacionamentos tricotômicos possíveis abarcando todo o espectro do fenômeno da percepção. Todo signo ou

coisa, para uma mente interpretante e num determinado estado de informação, ocupa apenas uma das 66 classes da tabela.

Demonstrou ainda a existência de três níveis de percepção: o 1º nível gera 10 matrizes genuínas; o 2º nível, 28 matrizes réplicas, e o 3º nível, 66 matrizes possíveis.

No anexo 1, colocamos a tabela para as 10 classes de signos e no anexo 2 outra tabela com as 66 classes e/ou matrizes.

Das 66 matrizes: de 0-16 são os *anteceptos*; 27 - o espaço *a priori* (não o que vem antes; mas as sensações profundas de sucessão tridimensional (passado, presente, futuro); 28, o tempo *a priori*, a impressão profunda de extensão tridimensional (largura, comprimento, profundidade); 32 – categorias do inconsciente; do imaginário conforme podemos ver na tabela no anexo 2; a matriz 36, os *perceptos* + juízos sintéticos; e a partir da matriz 47 – a formação de hábitos – regularidade - leis).

Tudo que aprendemos – apreendemos – pelo signo (o objeto) e não pela coisa. O signo (nome e objeto) apenas representa a coisa. Não é a coisa. Ex: uma fotografia. Quando vemos a fotografia da mãe.

Não estamos apreendendo o que é a mãe, mas apreendendo o que é nossa mãe pelo ângulo que o fotógrafo selecionou para dizer o que é a nossa mãe. Mas se for a fotografia da Virgem Nossa Senhora Mãe de Deus para um cristão será um signo daquilo que ele concebe como um símbolo de proteção.

Assim, Peirce que também entendia de filosofia e de Estética defende que nosso cérebro em presença de um signo vê formas produzidas pelo nosso

imaginário; gera uma experiência colateral; cria réplicas dependendo do grau de sensibilização de quem vê abrindo cadeias associativas em seu imaginário.

Percebemos os objetos conforme nossas necessidades psíquicas, valores e expectativas. O problema não está tanto no que é dito, mas no que é omitido: compulsão; teimosia; brutalidade; facticidade. Ou na comunicação arrogante, nos comportamentos endógenos.

A Lógica semiótica analisa o argumento, como um texto cultural, objeto esse que possui forma e uma substância em dois planos, o plano de expressão e o plano de conteúdo.

Quando a Mídia expõe signos produzindo sentidos e manipulando corações e mentes e corações e mentes manipulando o que a mídia vai selecionar para ter audiência, vamos chamar de produção de *signagens*, (para usar uma expressão de Décio Pignatari) sejam visuais ou escritos os signos mediatizados pelas linguagens padronizadas das mídias, muitas vezes comentem falácias, contradições; além de - com freqüência - omitir premissas, deixando-as subliminarmente entendidas.

Por isso a Lógica semiótica primeiramente procede como a Lógica tradicional analisando as sínteses do argumento, as bases subliminares dos argumentos através das formas, das inferências. No caso as formas das inferências contidas nas *signagens* das mídias. E examina se a estrutura da inferência é válida ou não.

É que toda *signagem* e/ou semiose e/ou processo de dar forma a conteúdos através de linguagens obedece ao que chamamos silogismo, a

argumentação. Tipos de argumentação: dedução: do geral para o particular. Por padrões; indução: do particular para o geral. Por analogia. Por sua vez os argumentos nascem das abduções (seleção/cominação-denotação/conotação e outras dicotomias).

Sendo que algumas dicotomias podem conter falácias e aí o argumento será falacioso.

Assim, a lógica semiótica que podemos aplicar para analisar os discursos verbais e não-verbais é para as ciências da comunicação, para o Jornalismo e para os estudos de cultura e memória a infra-estrutura pelo qual o pesquisador eleva um conjunto de revelações sobre nossos referentes afetivos, psíquicos e descobre a causa real das comunicações perversas; endógenas; chistes; atos falhos; exclusões as mais diversas e o espaço do sagrado contido nas não-linguagens dos mitos e suas figuras mitológicas. Nas *signagens* das mídias a semiótica vê então o rigor ou não das deduções; das induções e das analogias contidas no texto cultural produzido. Tudo aquilo que compromete o rigor de um argumento e de uma conclusão chamamos de falácias e são vários os tipos de falácias que podemos encontrar usando a lógica semiótica como instrumento de investigação das *signagens*.

A falácia acontece em decorrência de que a linguagem tem uma função, mas quando vamos selecionar e combinar os códigos que vão representar nossa intuição e dar forma à função que queremos exercer com ela, sobre o objeto ocorre seleção e combinação com base na equivalência; semelhança; dessemelhança; sinonímia e antonímia e nesse processo concorre junto nossa

cultura; os entornos e nossa predisposição psíquica naquele momento. Nossos referentes então são também extralingüísticos. Como vimos na história modelar de *Kaspar Hauser*, os estereótipos são os nossos óculos sociais. Dependemos dos graus de conhecimento embutidos nas lentes pois, conforme a analogia que podemos fazer, são os graus de desenvolvimento da nossa mentalidade social.

Como falamos de mitos e mitologia, vamos entrar novamente no “lago azul” e ver como os diversos especialistas explicam os fenômenos produzidos pela percepção subliminar ou inconsciente.

2.5. A psicanálise freudiana e seus discípulos:

Para Freud o fato dos indivíduos apresentarem comportamentos de desajustados no transcorrer das suas vidas está conectado com sensações e percepções produzidas no processo de comunicação onde o ser humano não se dá conta de que tem que administrar esse processo. Como vimos o indivíduo não percebe. Tudo no cotidiano é muito rápido e os indivíduos – numa sociedade altamente repressora (como aquela que Freud via e outras de origens Católicas e/ou alguns grupos Protestantes) é quase impossível administrar a comunicação social.

Um ambiente propício poderia criar inúmeros bodes-expiatórios como algo mesmo para ajustar aquilo que a sociedade moralmente coloca como justo. Para Freud o problema estava numa energia que ele chama de libido. Aquilo que não vemos ou que vemos de forma reprimida, causa problemas e são problemas da

energia sexual, que Freud descobriu e traçou os primeiros mapas da comunicação da energia sexual. Descobre que ela tem uma linguagem que aparece em sonhos, lapsos, etc. Lacan, seguindo o mapa freudiano, mas colocando nele o estruturalismo lingüístico lê o inconsciente como uma linguagem, através da linguagem do paciente, da fala e modo como o seleciona os léxicos da sua língua. Demonstra assim, que os códigos da invisibilidade atuam, e reprimidos perturbam nosso imaginário, perturbando em consequência nossa percepção. Perdemos os filtros, ou eles se desfazem abrindo e deixando passar muito lixo cultural: sons acima dos limites; imagens e menos leitura-mundo; inadequações morais e éticas.

Freud não fala de imaginário. Fala de inconsciente e subconsciente. Esse último termo ele abandona depois para focar no termo inconsciente e no estudo do inconsciente latente, lugar onde habitam nossas mágoas, frustrações; desejos obsessivos; fantasmas.

A percepção atua conjuntamente com essas tensões e por isso muito do que vai ficar subliminar depende daquilo que vimos como a atenção seletiva no processo de comunicação do ser humano com o mundo que o cerca. Geramos neuroses todas as vezes que sofremos uma violência física, ou simbólica, mas como o fenômeno é psico-social-cultural, e muitas vezes não vemos que estamos sendo desvalorizados, destratados; também não percebemos a formação de neuroses e outras “doenças” que ficam latentes e no momento em que nossas emoções aparecem é que podemos diagnosticar e alterar o problema.

Freud descobriu que há uma sexualidade (um charme natural) nos indivíduos desde a infância; o perverso usa desse fenômeno e causa uma violência sexual; a vítima não percebe que está sendo violentado, ou até apaga de sua memória. Mas o efeito é como de uma bomba atômica, seu comportamento será auto-agressivo, podendo desenvolver uma hétero-agressividade, ou ficando maníaco-depressivo. Desenvolvem-se repetições, paranóias e esquizofrenia.

Para a psicanálise freudiana ainda não existe o problema dos sentidos, enquanto categoria fora do eixo aristotélico.

Esses casos eram tratados por Freud, e outros, aparentemente leves, mas altamente corrosivo da personalidade da pessoa.

Ele investiga assim, os conflitos entre aspectos velados de três vetores que atuam na comunicação: o ID – regido pelo princípio do prazer/desprazer; o EGO – regula o prazer com desejado e/ou possível; e o SUPEREGO – exigências culturais e sociais.

Freud sabia que o sonho era uma forma (uma espécie de linguagem do inconsciente latente) que se manifesta em função de uma necessidade psíquica. Ele defende então que existe uma energia poderosa libidinosa. Uma pulsão de vida/morte, sexual.

Graças a Freud começamos a conceber uma idéia de que a criança tem vontade própria sabedoria e que a cultura e a relação familiar podem matar simbolicamente o futuro adulto enquanto ele está na fase de crescimento.

Para Freud a problemática do registro da percepção consciente está no campo do inconsciente psíquico e metapsicológico, tem origem na economia

sexual e na conflitualidade entre ego (o eu); superego (o que o eu pode ser); id (as pulsões do instinto libidinoso). Investiga os fatos da sexualidade perversa, polimorfa e as pulsões parciais.

Estuda, por exemplo: porque algumas vezes dizemos o que não pensamos, ou o que não queríamos; fantasias quixotescas; repetição de gestos ou falas, sem perceber; executar atos instintivos sem controle da razão; sentimentos de inferioridades; ouvir vozes; comunicar-se com alguém invisível; ver pessoas; etc.

Conforme Mircea Eliade, a psicanálise de Freud, o mapa de Freud tem uma concepção impressionante para época dele e justamente o problema psicanalista está em não perceber epistemologicamente que a diferença não é entre sagrado e profano, mas no mítico e profano. Os deuses na mitologia possuem poder e onde lemos “poder” Campbell e Eliade vão ler “defeitos e qualidades”.

O mito revela muitos comportamentos possíveis que adotamos no contexto de uma crise.

Conforme Eliade “os mitos se degradam e os símbolos se secularizam, mas eles nunca desaparecem, mesmo na mais positiva das civilizações, a do século XIX. Os símbolos e os mitos vêm de longe: eles fazem parte do ser humano, e é impossível não os reencontrar em qualquer situação existencial do homem no Cosmos”.

Para Eliade, o positivismo influenciou as explicações de Freud impedindo-o de se dar conta de que a sexualidade nunca foi “pura”:

A atração que sente o menino por sua mãe e seu corolário, o complexo de Édipo, só “chocam” quando traduzidos tais quais, em vez de serem apresentados, como se deve fazer enquanto imagens. Pois é a imagem da mãe que é a verdadeira, e não a dessa ou daquela mãe, como queria Freud. (op. Cit, 1996.)

Eliade fala assim que Freud não viu o papel das representações que extrapolam o conceito de família e de busca da origem dos problemas:

Não é necessário utilizar as descobertas da psicologia profunda ou a técnica surrealista da escrita automática

para provar a sobrevivência subconsciente, no homem moderno de uma mitologia abundante e, na nossa opinião de um valor espiritual superior à sua vida “consciente”. (op. Cit., 1996.)

Jung vai pegar dos estudos de mitologia e vai contestar as explicações de Freud como vamos ver aqui.

Esse discípulo de Freud rapidamente percebeu o que seu mestre não podia conceber, enquanto influenciado pela busca das origens e vai defender que o ser humano é mítico; não existindo o profano enquanto categoria ligada a funções sexuais.

O profano é humano (e não há culpa nisso como queria tanto o catolicismo inglês, como por outras vias, queria o judaísmo europeu laico), o humano é mítico, é cultura, é ideologia também, mas é acima de tudo uma categoria deontológica e ontológica. Mas o mapa freudiano ainda permanece no método psicanalítico que contém ainda os seguintes conceitos: (1) condensação/deslocamento.

Freud fez estudos enfocando o inconsciente que produz três fenômenos que podem ser decifrados através dos eixos condensação/deslocamento: (a) o chiste: quando trocamos códigos criando uma palavra diferente do que queríamos falar e também inexistente no sistema lexical. Por exemplo, *“Pessoa humilde o Sr. João, apesar de poderoso. Tratou-me como se eu fosse familiar”*. (O emissor ao mesmo tempo em que fala de familiar lembra que o João é também milionário), revela insegurança e outros problemas da percepção subliminar que então vem à tona; (b) o lapso: quando trocamos códigos por palavra diferente; ou quando esquecemos algo; o sonho: as imagens pictóricas do sonho sofrem uma tradução cujo subliminar está no relato de quem sonha; (c) o deslocamento. No deslocamento, cenas; coisas; personagens; o cenário; o contexto é registrado pela percepção subliminar, mas não são associados à atenção. Quando colamos um elemento no outro (quando se condensam) aparece algo de identificável neles.

Os nexos que o analista faz tendo em vista o modo como os símbolos são narrados pelo autor do sonho revela as chaves para a conexão com a percepção subliminar.

Vamos ver agora as teorias de Jung e seus discípulos.

2.6. A psicologia analítica:

Jung está seguindo também os passos de autoridades do campo da percepção e do inconsciente. Suas fontes são principalmente os estudiosos das

filosofias orientais. Com a leitura de M. Eliade que traz uma chave que passa para seus discípulos, inúmeros, espalhados pelos cinco continentes.

Campbell, nos Estados Unidos, no último terço de sua vida, une-se com os pesquisadores das energias subliminares como as energias atômicas e quânticas. E também como os biólogos e químicos. Jung, não vê uma energia sexual, mas um conjunto de complexos: de inferioridade; grandeza; mutilação; enfim, tudo aquilo que a cultura provoca, quer seja pela educação, quer seja pelo ambiente social. Jung fala em um quantum de energia que parece ter vida própria e ataca o eu. Causam desde delírios, fantasias; esquizofrenia; manias depressivas; fobias; histerias; neuroses obsessivas; paranóias; psicoses; e geram comportamentos egoístas, obsessivos. Atuam subliminarmente e são reforçados por isso. Jung estuda e pesquisa com dados obtidos de suas leituras no confronto com os relatos com seus pacientes.

O que tem a ver com a percepção subliminar? Tem a ver que os complexos muitas vezes se formam na psique dos indivíduos devido aos signos que entram no momento em que o indivíduo está com as carências em desordem, ou através da propaganda subliminar, ou através de outros meios físicos e subliminares.

Para Jung a função da consciência é o pensamento e o sentimento.

Os complexos são frutos da dissociação entre pensamento e sentimento provocado pela cultura local, dos entornos do indivíduo, da ausência de privacidade, etc. Jung, assim prefere conviver com as diferenças.

Jung (1987) declara que o inconsciente possui além das tendências reprimidas da infância, citada por Freud, todo o material psíquico que subjaz ao limiar da consciência.

É impossível explicar pelo princípio da repressão a natureza subliminar de todo este material; caso contrário, a remoção das repressões proporcionaria ao indivíduo uma memória fenomenal, à qual nada escaparia.

Acentuam, ainda, que além do material reprimido, o inconsciente contém todos aqueles componentes psíquicos subliminares, inclusive percepções subliminares dos sentidos. Sabemos, além disso, tanto pela experiência como por razões teóricas, que o inconsciente também inclui componentes que ainda não alcançaram o limiar da consciência. Constituem, eles, a semente de futuros conteúdos conscientes. Sob o ponto de vista de Jung o inconsciente jamais se acha em repouso, no sentido de permanecer inativo, mas está sempre empenhado em agrupar e reagrupar seus conteúdos.

Vamos encerrar por aqui a descrição da pesquisa referente às teorias encontradas e selecionadas. Apenas gostaríamos ainda de fazer mais uma breve síntese do material encontrado, ainda sobre nosso tema.

A percepção atua também pelos eixos da imagem em termos, por exemplo, de uma página de jornal, uma foto, de forma análoga a uma metáfora e/ou metonímia: a metáfora é uma associação por similaridade analógica; demonstra nossa capacidade de substituição. Vemos na página de jornal imagens e fazemos deduções por extensão.

A Metonímia toma a parte pelo todo. É quando reunimos elementos formando um todo harmônico; esteticamente mais de acordo com o receptor; combinação dos elementos do paradigma num contexto.

A comunicação é um processo onde o comunicador opera dois eixos ao mesmo tempo; o eixo da seleção e combinação. Os mais diversos autores ao longo da história trataram desse eixo: (1) Ch. Peirce (pega de Hume): Similaridade/contigüidade; (2) Freud: condensação/deslocamento; (3) Saussure: paradigma/sintagma; (4) Lucien Goldmann: gênese e estrutura; (5) Jakobson: Metáfora/metonímia; (6) R. Barthes: Conotação/denotação.

Para Barthes, a denotação é o uso do código; como escrevo; o que escolho combinar tendo em vista a norma padrão. A conotação é ver nas mensagens uma figuração que pode ser lida através dos sentidos afetivo-psíquicos e racionais que emprestamos a mensagem devido as nossas formas culturais de lidar com o homem e a natureza. E existem pessoas que só possuem o nível denotativo. Barthes ensina que tudo que aprendemos, aprendemos pelo signo e não pelo objeto. O signo apenas representa o objeto. Diz que a percepção no processo de perceber sofre uma ilusão referencial, pois na realidade apenas representa o objeto; não é a coisa. Ele vai exemplificar com estudos da fotografia mostrando sua complexidade e equivalência com a nossa experiência de ilusão referencial.

É a cultura e nosso imaginário profundo quem determina a experiência de ver o que vamos selecionar para ver.

Estamos vendo assim que percebemos o mundo e as coisas do mundo conforme nossos limiares físicos, nossas necessidades psíquicas; valores e

expectativas. Esses são os fatores que determinam a captação de um estímulo e a sua interpretação.

Chamamos de semiose ou signagem: um processo: subliminar, sensação-dedução-indução, razão, ou não.

Não vamos entrar aqui nas contribuições da Filosofia do conhecimento porque delimitamos nosso objeto ao fenômeno da consciência sob a perspectiva da percepção e seus complexos conteúdos.

A Filosofia do Conhecimento é parte daquilo que chamamos de senso científico e tratamos aqui da percepção, algo que precede.

Vamos a seguir passar para as nossas sínteses conclusivas.

Sínteses conclusivas:

Não vamos concluir nada, é claro, pois, estamos sob a perspectiva da complexidade. No entanto, podemos ver que caíram as teorias que tentam explicar o fenômeno da consciência e da percepção, e da percepção subliminar em particular buscando suas origens como as teorias de Freud que acabam fazendo do ser humano aqui que ele não é: um todo fragmentado.

Vemos conforme Campbell que o homem é algo íntegro; que a realidade externa tem um sentido pragmático, histórico e datado pelas problemáticas das lutas de classe; mas que essas estão presas aos nossos sistemas do imaginário que ainda desconhecemos. Esse age juntamente com aquilo que chamamos de semiose.

Ao entrar em contato com uma informação, age nossa sensibilidade, e elegemos nela, qualidades. Ainda, de acordo com nossos filtros culturais, arbitramos um nome, e relacionamos a algo existente. E também arbitramos, ou criamos um código a essa informação. Esse é o processo da recursividade explicado por Charles Peirce que nos parece bastante claro.

Ao perceber algo entra a cultura que possuímos, somando-se a inteligência específica para a identificação. Essa inteligência pode ser emocional, racional, de mundo. É como se identificássemos algo através de níveis, dando o valor de caro, barato, bom ou ruim, agradável, horrível, nazista, anarquista.

Podemos assim associar a um conhecimento anterior: “é caro, logo de boa qualidade”. Aí a comunicação de massa é destruidora. Ou também generalizando, para condicionar a sempre lembrar, por exemplo, de uma marca. As mensagens abaixo dos limites da nossa percepção não são percebidas, são recebidas ocultamente. Por isso, além de olharmos o mundo e as coisas do mundo conforme o que nos é ensinado, também o percebemos conforme nossos filtros e barreiras subliminares. Influenciando nossas escolhas, atitudes e decisões posteriores. O *merchandising* é a forma de persuasão subliminar mais utilizada pelos meios de comunicação de massa. Todas as vezes que um produto ou idéia aparece na televisão, cinema, teatro, revistas, sem declaração de seu nome, marca ou registro, podemos detectar um subliminar.

Muitas vezes é considerada antiética, porque não pedem permissão para quem está assistindo; não dá a opção a quem assiste do livre arbítrio.

A mensagem subliminar e o *merchandising* podem vender de tudo: idéias, conceitos, ideologias, desejos, sem que nenhuma lei possa impedir.

Podemos também afirmar como conclusão que todo discurso é matéria simbólica, e para as teorias do discurso, revela a personalidade e o pensamento real do autor do discurso enquanto ator social porque para a Semiótica tudo é signo, é sinal de algo que está além das aparências, das formas.

As formas são signos. E todo signo tem uma substância na forma (glossemia); e substância no conteúdo (polissemia). Exemplo de glossemia: posso afirmar "sem-terras invadem" ou sem-terras ocupam. Foram duas palavras para designar a mesma ação, no entanto uma palavra ofende e a outra informa um fato. Exemplo de polissemia: ilha, uma palavra que remete a vários significados: nenhum homem é uma ilha é diferente de moro numa ilha do Pacífico. Vimos também que signo é a menor unidade dotada de sentido num código dado. Como vimos esse se decompõe num elemento material, perceptível, o significante (que também é forma e substância) e num elemento conceptual, não perceptível, o significado (que também são forma e substância). O significado é o monema, que não vemos, mas pode causar um dano enorme num processo de comunicação entre emissor e receptores. Nossa conclusão, depois das nossas descobertas, é que desconhecendo que dentro da nossa consciência estão outras linguagens os cidadãos receptores das mídias alienam-se em torno do particular, num mundo que na verdade é universal, particular e específico.

A comunicação individual é também particular e universal. Todo homem é um ser filogenético e ontogenético, portanto trás especificidades em termos de

sensibilidade para o mundo (interior e exterior); é particular porque está situado em termos de estratificação social que vai condicionar seu acesso ao conhecimento e é universal, tem seus limites epistemológicos e da espécie, o fato das influências dos mitos. Compramos um produto ou uma marca? Refletindo sobre nossas escolhas, é possível entender um pouco do mundo da persuasão. Mas não a persuasão consciente, quando adquirimos algo porque queremos; a persuasão dos *neuromarketings*; dos que acreditam que somente as raças puras sobrevivem no mercado.

O subliminar não é persuasão. Esses códigos compõem o processo da comunicação, interferindo na nossa racionalidade. É por causa dele que pensamos o que não devíamos; falamos o que não queríamos; ingerimos o que não é adequado; etc. Não é, porque o homem é o lobo do homem; como defendeu a ideologia inglesa através de Hobbes. Porque sabemos, a propaganda subliminar perpassa com outros veículos por toda história humana, alterando visões e projetando fatos, pessoas, figuras.

Não podemos identificar esse tipo de informação ou desejo porque ela é assimilada por nós sem barreira, como se estivéssemos sendo hipnotizados.

As portas da percepção se abrem e deixam passar códigos que vão mergulhar na nossa consciência; selecionamos ou generalizamos os mais imediatos, e deixamos passar outros que ficam na superfície e sai através de sonhos, lapsos, etc.

Esses atos compensam os conflitos da consciência, como vimos. E outros comportamentos, mais simbólicos e complexos, vão mergulhar mais

profundamente atuando nas nossas decepções amorosas; afetivas familiares; complexos gerados em ambientes familiares muito repressivos; atuando nas nossas escolhas de consumo.

Vamos ainda tentar ressaltar aqui um esquema dos fatores da percepção subliminar:

1. Tamanho e cor.

- Tamanho: percebemos coisas grandes como de mais valor (vai desde os ditos elefantes brancos que granjeiam votos para o político populista, até os julgamentos morais e estéticos (do tipo: um grande homem; uma mulher boazuda; ou uma mansão, coisa de rico e gente alegre).

- Cor: A sensação de limpeza e pureza ao vermos algo branco; e outras, infinitas possibilidades de manipulação.

2. Inter-relacionamento do indivíduo com o mundo/com o meio-ambiente: Sistema de denotação/conotação (o “plague” de cada um);

- Atenção seletiva: depende do nosso nível psíquico e tipo de inteligências que podem ser: musical; formal; holística; emocional e do conhecimento que temos das funções da linguagem no processo linear da comunicação.

- Distorção seletiva: estereótipos/repertório e clichês (repertório emocional)

- Reforço de atitudes e crenças.

3. O subliminar e suas relações com a cultura de massa:

As produções culturais de massa na TV apresentam-se ao leitor como uma narrativa construída através de uma seqüência de imagens, elaboradas através de uma escrita que vai do estereótipo ao clichê, que se utiliza da lógica maniqueísta transmitida na forma de símbolos alegóricos.

Como complemento, traz os diálogos em forma emocional. Historicamente, por exemplo, as telenovelas; filmes de faroeste; programas de auto-ajuda, os *fair divers* ou os programas sensacionalistas e outros do gênero têm sido tratados pela sociedade laica como uma subcultura, coisa de um senso comum embrutecido em termos de percepção.

Como uma linguagem nociva ao desenvolvimento psicológico e cognitivo de quem a consome. Para o laico, (o intelectual letrado, por exemplo) o consumidor de cultura de massa é alguém que está em nível intelectual ingênuo, pueril. No entanto, o mercado da cultura de massa está nos fazendo ver que essa visão decorre de argumentos falaciosos e com conceitos infundados sobre a influência das outras esferas sociais - tanto na desideologização juvenil, como no desinteresse dos jovens pela leitura de livros formais, até nas ocultações do conhecimento do mundo do trabalho.

Conforme autores como Jesús Martín-Barbero e outros das teorias culturalistas, a desideologização é da sociedade no seu conjunto, nas suas diversas esferas, e o desinteresse pelos estudos formais está na mudança de paradigma realizada pelas novas tecnologias que não permitem mais que o mundo seja visto apenas como algo finito, acabado; linear. Assim podemos afirmar que a cultura de massa não pode ser submetida aos mesmos critérios de

avaliação de uma produção cultural erudita, ou popular, é claro. Mas não é a única que tem a exclusividade da propaganda enganosa. Trata-se de fazeres diferentes com diferentes objetivos.

A cultura de massa tem assim um objetivo simbólico de atender as tensões do cotidiano e preenche necessidades do cotidiano afetivo com objetivos de vender produtos de trocas simbólicas que preenche valores de troca sim, mas também valores de uso. Só pode ser compreendida e explicada, pensamos, na dupla articulação: plano de expressão/plano de conteúdo onde o percurso gerativo de sentido sofre influências complexas.

Em termos de produto de massa temos uma constelação simbólica-mitológica que se faz presente que somente pode ser captada tendo em vista a inserção da categoria do cotidiano numa dialética entre sentimento, entendimento e razão.

Trata de questões ontológicas que naquele momento resolvem culturalmente e ainda de maneira comportamental o problema do leitor. Assim, cultura de massa presta-se aos significantes. Há algo que percebemos, mas não vemos; que incomoda, mas não detectamos.

A cultura de massa é um grande espelho de nossos problemas. Nela projetamos nossas fraquezas; ambições; frustrações e desejos. Há até quem cure depressão, como nosso avós diante da telenovela.

Queremos dizer com isso que o senso comum quer criticar a cultura de massa, mas esquece que é a ausência de socialização de conhecimentos que provoca deslocamentos de consumo simbólico.

Conforme pensamos ter demonstrado, com apoio de nossas fontes, que a percepção subliminar não é serial; linear. Ela é uma espécie de signo diagramático simbólico, com qualidades vicárias porque arqueológicas, biológicas, químicas e não em termos de representações sociais e/ou psíquicas. Para isso estamos nos apoiando nas teses seminais da Mitologia de Eliade e mais particularmente nas de Campbell na sua fase de maturidade, que diferenciam como vimos no primeiro capítulo, o correlato sinal do correlato símbolo. Assim como Walter Benjamin diferenciou símbolo, de alegoria. A percepção subliminar é um fenômeno muito mais complexo do que aparentemente podemos conceber e isso não é tão óbvio como qualquer leitor de revistas de divulgação científica possa achar, pois o foco do problema está no fato de que no senso comum, principalmente da população latino-americana há um profundo desconhecimento das conseqüências da percepção subliminar; e quando apontamos o senso comum estamos, incluindo as nossas mídias de massa que como raríssimas exceções, reportam os fatos no contexto das afetividades e das emoções; do psíquico e suas fragilidades.

Conforme vimos também com Lévi-Strauss e a teoria da *Gestalt* a forma como percebemos é isotópica, portanto, depende do nosso imaginário (biológico/químico/físico); do contato (político/histórico/psíquico coletivo) e da cognição cultural (genes e fenótipos específicos/cognição em termos epistemológicos e gnosiológicos).

Assim, “os fatos psíquicos são formas, isto é, unidades orgânicas que se individualizam e se limitam no campo espacial e temporal de percepção e de representação”.

Destacamos o clássico exemplo enunciado por Wertheimer:

“A forma é tão boa como pode ser nas condições atuais”. Esta lei inspirava-se, aliás, em uma observação física: certas estruturas estáveis tendem incessantemente a retomar sua forma inicial quando são deformadas. Assim, uma gota de óleo pingada num líquido não miscível toma forma esférica; se a fragmentamos ao mexê-la, cada um dos fragmentos retoma logo essa forma esférica. Aplicada aos fenômenos psíquicos, ela permitia compreender fatos que a psicologia associacionista ou intelectualista não explicavam claramente, em especial a atividade seletiva da percepção. Por que, por exemplo, percebeu-se no céu as mesmas figuras desenhadas pelos astros, como os carros das duas “Ursas”? Se essas formas são espontaneamente percebidas, é porque sua percepção não é um fenômeno cultural, um produto da educação, mas repousa na própria forma que se destaca do fundo e se dá, portanto, a perceber em virtude de sua própria estrutura. Uma forma será tanto mais perceptível, quanto mais “pregnante” ela for, quer dizer, quanto mais homogênea sua estrutura a tornar e a fizer aparecer como uma totalidade independente. Anteriormente à reflexão e anteriormente à própria linguagem, os objetos são percebidos de imediato como formas; assim o campo perceptivo não é um caos no qual o pensamento viria para por ordem com o auxílio da linguagem, mas ele é pré-ordenado em formas distintas que não esperam o pensamento para “saltar aos olhos”, como confirmam as observações feitas com as crianças ou com os animais.

Poderemos ainda ser refutados, pensamos que sim, pois o tema também pode ser observado sob a perspectiva linear e sob o paradigma da sua amplitude. Mas pensamos que esse paradigma está alicerçado numa ilusão referencial que é

a de consegue as categorias de tempo e espaço como responsáveis pelas nossas impressões. E não é como vimos. Mas para nós essa perspectiva foi útil até a década de 70 do século XX quando então os estruturalistas engajam-se nas teses fenomenológicas, conforme as leituras que fizemos do quadro de referência fenomenológico.

O fato é que a noção da forma física da percepção abriu o campo para a renovação da teoria do organismo e de seu funcionamento e para o paradigma das inteligências múltiplas que está contribuindo para o aprimoramento da comunicação no contexto da sociedade urbana; abriu também para as teorias que fazem uma distinção entre lembranças e memória; e ressaltamos a experiência que demonstra que anterior à reflexão e anteriormente à própria linguagem, os objetos são percebidos de imediato como as formas.

A observação direta dos fatos não é algo tão seguro quanto a primeira vista se supõe decorrente; toda e qualquer observação pressupõe uma teoria mesmo que esta seja do senso comum.

Mesmo assim existe certo conjunto de fatos que podem ser considerados básicos e que são aceitos consensualmente pela comunidade científica num determinado período da história.

Ressaltamos que gostaríamos de termos aprofundados mais nos conceitos de comunicação de Walter Benjamin sobre o homem filogenético e ontogenético, portanto captar certas especificidades em termos de sensibilidade para o mundo (interior e exterior); para Benjamin que aprofunda aspectos da luta de classe a percepção enquanto consciência é particular porque é situada em termos de

estratificação social que vai condicionar seu acesso ao conhecimento, mas é também universal, tem seus limites epistemológicos e da espécie, o fato que as teorias do mito explicam.

Compramos um produto ou uma marca? Refletindo sobre nossas escolhas, é possível entender um pouco do mundo da persuasão; mas principalmente o mundo subliminar do nosso inconsciente emocional e das sensações, do nosso imaginário, que mostra – quando analisamos e deciframos – uma sociedade desenraizada; despolitizada; seu retrato continua sendo aquele retrato precedido pelo retrato do colonizador como nos fala Albert Memmi. É certo que não negamos que há uma persuasão sã, quando adquirimos algo porque estamos conscientes do seu valor de troca e valor de uso; estamos falando da persuasão dos *neuromarketings*; dos que acreditam que somente as raças puras sobrevivem no mercado.

No entanto o subliminar interfere não apenas na nossa racionalidade. Interfere quando há um mau uso da propaganda induzida, mas interfere também nos nossos estados emocionais: um som muito alto vai provocar certa melancolia, esse mesmo som repetido durante muito tempo vai provocar depressão. É por causa dele que pensamos o que não devíamos; falamos o que não queríamos; ingerimos o que não é adequado; etc. Também interfere o pai e a mãe que não oferecem modelos para seus filhos.

Não é, porque o homem é o lobo do homem; como defendeu a ideologia inglesa através de Hobbes, que estamos vivendo uma sociedade ainda violenta em termos físicos e simbólicos. É pelo que estamos vendo pela crença ilimitada

no progresso a todo custo. Porque sabemos, a propaganda subliminar perpassa com outros veículos por toda história humana.

Não podemos identificar esse tipo de informação ou desejo porque ela é assimilada por nós sem barreira, como se estivéssemos sendo hipnotizados.

As portas da percepção se abrem inocentemente aos sons acima da percepção sem saber que isso subliminarmente gera melancolia; depressão; distúrbio no sistema do sentido vestibular, como vimos. E que isso vai nos fazer comer inadequadamente; falar sem saber; etc.

O sentido vestibular, uma das nossas principais portas da percepção quando não direcionado pela atenção seletiva (que contém os nossos filtros) deixa passar códigos que vão mergulhar na nossa consciência; selecionamos ou generalizamos os mais imediatos, e deixamos passar outros que ficam na superfície e depois são expulsos através de sonhos, lapsos, que podem ser lidos como uma linguagem como fazem os lacanianos, e outros mais simbólicos vão mergulhar mais profundamente atuando nas nossas decepções amorosas; afetivas familiares; complexos gerados em ambientes familiares muito repressivos; atuando nas nossas escolhas de consumo.

Assim encerramos nosso texto, certos que se não apreendemos os principais aspectos da percepção subliminar – aprendemos muito sobre o papel da atenção seletiva no cotidiano do homem urbano cujas mentes e corações são disputadas de maneira tão precária, como vimos.

REFERÊNCIAS

BARTLEY, S. H. *Principios de Percepción*. México: Editorial Trillas, 1969.

BROWN, J.A.C. *Técnicas de persuasão: da propaganda à lavagem cerebral*. 3.ed., Rio de Janeiro: Zahar, 1976.

BOCK, A. M. B. e FURTADO, O. e TEIXEIRA, M. L. *Psicologias: uma introdução ao estudo de psicologia*. São Paulo, SP: Saraiva, 1993.

BROADBENT, B. E.: *Perception and communication*. Pergamon Press. New York, 1958.

BRUYNE; Paul et alii. *Dinâmica da pesquisa em Ciências Sociais*. Rio de Janeiro: Francisco Alvez, 1977.

BENJAMIN, Walter et alii. *Teoria da cultura de massa*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

CAMPBELL, Joseph. *E por falar em mitos – conversas com Joseph Campbell*. Campinas, São Paulo: Verus, 2004.

COELHO, Paulo. *Maktub*. São Paulo: Rocco, 1994

CABRAL, Plínio. *Propaganda: a alquimia da sociedade industrial*. São Paulo: Nacional, 1986.

CÂMARA CASCUDO, L. da. *Mouros, Franceses e Judeus: três presenças no Brasil*. 3ª. ed. São Paulo: Global, 2001. p. 12-13.

CALAZANS, Flávio. *Propaganda subliminar multimídia*. São Paulo: Summus, 1992.

_____. *Teoria da comunicação subliminar*. Trajetória e questões contemporâneas da publicidade brasileira; org. por J. B. Pinho. São Paulo, Intercom, 1995. p.147-161.

_____. *Subliminal for a new world*. Communication for a new world: brasilian perspectives; edited by José Marques de Mello. ECA-USP, 1993. p.77-87.

_____. *Propaganda subliminar multimídia*. Anuário de Inovações em Comunicação e Artes. ECA-USP, 1991, p.343-353.

DAY, R.H. *Percepção Humana*. Rio de Janeiro-RJ, 1972.

DELLA TORRE, M.B. *O homem e a sociedade: uma introdução à sociologia*. 8.ed., São Paulo: Nacional, 1980.

DARTIGUES, Andrè. *O que é Fenomenologia?* São Paulo: Moraes, 1992.

D'AVILA, Nícia R. *Região sudeste: hegemonia na mídia televisiva*. IN: Revista Comunicação: Veredas. Revista do Programa de Pós-Graduação em Comunicação/UNIMAR, nº 2, 2003.

_____. *Semiótica e marketing*. A manipulação, através da síncopa, nas linguagens verbal, musical e imagética. In: Anais do IIº Congresso Nacional de Linguística e Filologia (CIFEFIL). ORG.J. Pereira. Rio de Janeiro: Dialogarts (UFRJ). 1999b, p.468-480.

EISNER, Will. *Quadrinhos e arte seqüencial*. Tradução de Luís Carlos Borges. São Paulo: Martins Fontes, 1995.

EYSENCK, Michael W. e KEANE, Mark T., *Psicologia cognitiva: Manual* Introdutório. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1990.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano: a essência das religiões*. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

_____. *Imagens e símbolos*. S. Paulo: Martins Fontes, 1996

FIALHO, Francisco Antonio Pereira; SANTOS, Néri dos. *As atividades cognitivas*. Florianópolis: Insular, 2000.

_____. *Ciências da cognição*. Florianópolis: Insular, 2001.

FERRÉS, Joan. *Televisão subliminar*. Porto Alegre, RS: Artmed, 1998.

GOLDMANN, Lucien. *Ciências Humanas e Filosofia: que e Sociologia?* Bertrand Brasil, 1993.

HOHDEN, Huberto. In: SPINOZA, Baruch de. *Ética demonstrada à maneira dos geômetras*. São Paulo: Martin-Claret., 2002.

HESSEN, Johannes. *Teoria do conhecimento*. Portugal: Coimbra, 1987.

HOCHBERG, Julian. *Percepção*. Rio de Janeiro: Zahar, 1966.

HUXLEY, Aldous. *Os demônios de Loudun*. Rio de Janeiro: Globo, 1982.

JUNG, C. G. *Psicologia do inconsciente*. Petrópolis: Vozes, 1987.

JAKOBSON, R. *Linguagem e comunicação*. São Paulo: Cultrix, 2003.

KEY, Wilson Bryan. *A era da manipulação*. São Paulo: Scritta, 1996.

_____. *Subliminal seduction*. Nova York, Signet Books, 1974

_____. *Media sexploitation*. Nova York, Signet Books, 1977.

_____. *The Clam-Plater Orgy and Other Subliminal Techniques for manipulation your behavior*. Signet Books, Nova York, 1981.

KAKAR, Sudhir. *Chamanes, místicos y doctores: una investigación psicológica sobre la Índia y sus tradiciones para curar*. México: Fondo de Cultura Económica, 1982.

LADEWIG, Iverson. *A importância da atenção na aprendizagem de habilidades motoras*. São Paulo, SP: Rev Paul Educ Fis, 2000

LANNERS, Edi. *O livro de ouro das ilusões*. São Paulo: Tecnoprint, 1982.

LÉVI, Pierre. *A inteligência coletiva*. São Paulo: Loyola, 1999.

LOPES, Maria Immacolata V. *Pesquisa em comunicação*. São Paulo: Loyola, 1997.

LÉVI-STRAUSS, C. *Mito e Significado*. São Paulo: Edições 70, 2000.

MOINE, Donald J.; HERD, John H. *Modernas técnicas de persuasão: a vantagem oculta*. São Paulo: Summus, 1984.

PACKARD, Vance. *Nova técnica de convencer*. São Paulo: IBRASA, 1980.

PEIRCE, Charles Sanders. *Semiótica*. São Paulo: Perspectiva, 1977. (Estudos 46).

PINKER, Steve. *Como a mente funciona*. São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

QUEVEDO, Oscar G. *A face oculta da mente*. São Paulo: Loyola, 1974.

RODRIGUES, A.D. *Comunicação e cultura*. Lisboa: Presença, 1990.

REICH, Wilhelm. *Psicologia de massas do fascismo*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

SANTAELLA, Lucia. *A teoria Geral dos Signos. Semiose e Autogeração*. São Paulo, Ática, 1995.

_____. *O que é Semiótica*. São Paulo, SP: Brasiliense, 1983.

SILVEIRA, Nice. *Imagens do inconsciente*. 3ª. ed. Rio de Janeiro: Alhambra, 1981

TREISMAN, A.M. *Perceiving and re-perceiving objects*. *American Psychologist*, v. 47, p. 210-37, 1992.

WERTHEIMER, Max. *O fenômeno Phi como um exemplo de nativismo na percepção*. In HERRNSTEIN, R. J. e BORING, E. G. (Org.) *Textos básicos de História da Psicologia*. São Paulo: Herder e EDUSP, 1971.

ON-LINE

AMARAL, Júlio Rocha & OLIVEIRA, Jorge Martins. *Sistema Límbico: o centro das emoções*. Disponível em: <www.epub.org.br/cm/n05/mente/>. Acesso em: 15/06/2004.

GOMES, Paulo. *Principais escolas da psicologia – Gestalt*. Disponível em: www.mundopsi.psc.br/psicom/gestalt.html> 2001. Acesso em: 14/05/2004.

LEGAL, Eduardo José. *Sensação e percepção*. Disponível em: <www.univali.br/pessoal/saladeaula/s&p.html>. Tradução de *Sensation and Perception, notes for introductory Psychology, provido por AlleyDog.com*. Acesso em 16/09/2004.

SILVA, Elis Dutra; ARGENTON, Felipe; CARDOZO, Rodrigo. *Televisão e publicidade subliminar*. Disponível em: <www.geocities.yahoo.com.br/intertexto/jornalismo/televisaosub.htm>. Acesso em: 16/10/2004.

REVISTAS

SUPERINTERESSANTE. Editora Abril. Edição 214, p. 77-81, jun. 2005.

DICIONÁRIOS

ROUSSEL, André; DUROZOI, Gerard. *Dicionário de Filosofia*. Campinas: Papyrus, 1993.

ANEXOS

Anexo 1:

As 10 matrizes genuínas estão assim colocadas:

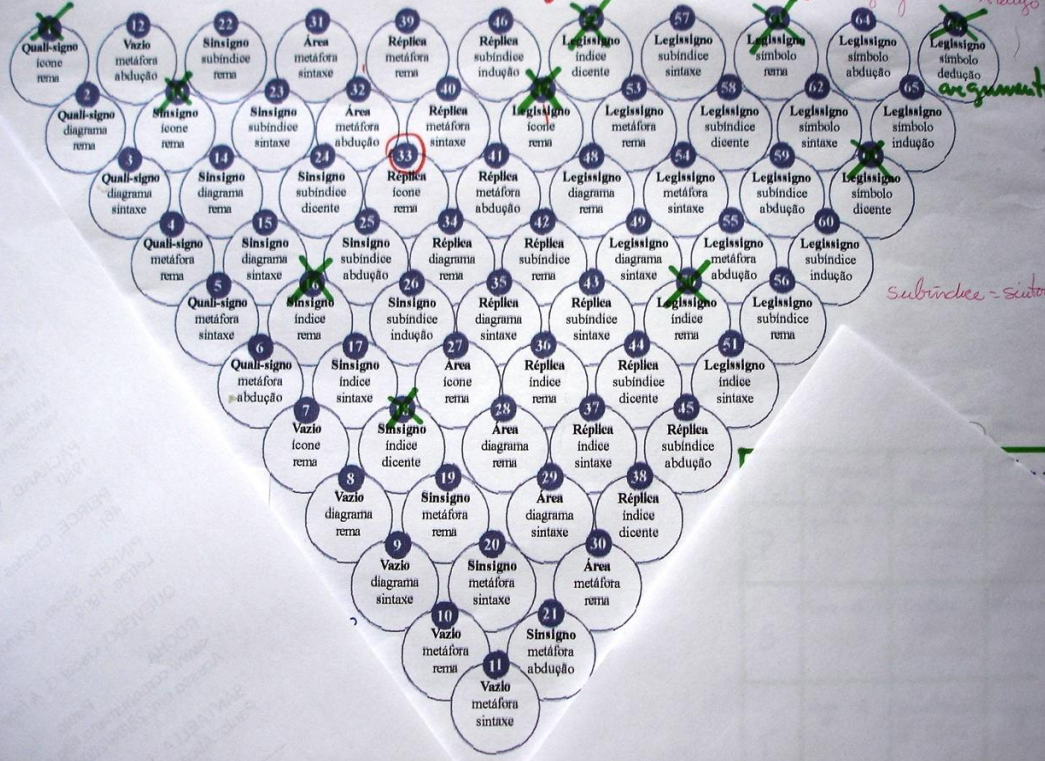
1	uma sensação de cor
13	uma sensação de imagem
16	um grito espontâneo
18	um cata-vento
47	diagrama
50	um pronome demonstrativo
52	o pregão do mascate
61	um substantivo comum
63	uma proposição
66	uma lei

Anexo 2:

As 66 classes de signos:

As 66 classes de signo (Ch. Peirce)

Profª Jussara Araújo



Subíndice - síntaxe

anagrama

Anexo 3:

Imagens do inconsciente: A barca do Sol



Anexo 4:

Imagens do inconsciente: O planetário de Deus

