



**Tramas**  
**Contemporâneas:**  
*A Estética da*  
**Cultura Mediática**

Syane Rovella  
Doutoranda em Filosofia en la Universidad  
Autónoma de Barcelona-España

A arte contemporânea e a cultura mediática estão em um « urdimbre », ou seja, estão como um conjunto de fios, paralelos um ao outro e passam por eles as « tramas » que formam o tecido chamado contemporaneidade.

Algumas tramas são a linguagem e a velocidade das imagens que atinge o imaginário coletivo, formado de figuras, símbolos e ícones e também, a imaginação do indivíduo, onde sua criatividade e percepção do mundo estão diretamente envolvidos e dirigidos por esse « estambre urdido ».

O meio ambiente simbólico, literalmente *anima*<sup>1</sup> aos agentes comunicativos ; a cultura mediática se tece mitopoeticamente, se trama, se urde como *mythos* : fábula, relato, figurações narrativas. Como muitas outras expressões culturais, o mito, o rito, a religião, a literatura, o cinema, o teatro, o sentido comum, e a cultura mediática, possuem um caráter essencialmente narrativo, que dá sentido à vivência individual e à história coletiva, e o faz mitopoeticamente, ou seja, articulando figurações narrativas que envolvem as categorias de tempo, espaço e causalidade que formam a experiência. Essa faculdade mitopoética está entranhada na imaginação humana mesma, em todo tempo e lugar. O que quero dizer é que a cultura mediática gera figurações narrativas da experiência individual e coletiva, formadas não apenas pelo presente e pela tradição, mas também por arquetipos ou faculdades preformativas (*facultas praeformandi*) inscritos nas possibilidades e limites antropológicos da espécie.

Mas, porque falamos de cultura mediática, em vez de recorrer ao muito mais usado conceito de « cultura de massas » ? Coincidindo mais ou menos com a eclosão da chamada « posmodernidade » a expressão *cultura de massas* foi perdendo vigência e capacidade explicativa, se é que algum dia a teve. Durante as primeiras décadas do século XX, a expressão servia para contrapor eloqüentemente a nova cultura de caráter industrial, gerada pelos meios e tecnologias da comunicação e reprodução, a

velha cultura elitista , a sacralizada, aurática *Kultur* das minorias seletas e distinguidas. Os novos *media* - impressa, rádio, cinema, fotografia, propaganda e publicidade « de massas » - a partir dos anos vinte, através de diversos pensadores e signos ideológicos, como Ortega y Gasset, Spengler, Adorno, Horkheimer, Walter Benjamin, Gramsci, Marcuse, MacLuhan, Bell, Shils, e outros, este caráter massivo, foi considerando o traço distintivo básico da poderosa cultura emergente.

Mas as tramas da chamada cultura de massa, desde sua formação são constituídas por um frágil fio. A etiqueta de massas colocava o acento não tanto em um caráter tecnológico e industrial das novas formas culturais ou na acusada diversidade estética e estilística dos produtos ou em seus muitos diferentes formatos e funções expressivas e comunicativas, quanto em uma *entelequia* chamada « *masa* » que me parece, existia mais na imaginação dos defensores e detratores da expressão ; como havia acontecido no século anterior com a palavra « povo », ou como aconteceu ao largo do século XX com expressões tão vagas como « opinião pública », nação ou progresso ; o apelativo *cultura de massas* ocultava muito mais do que propunha revelar . Com sua conhecida perspicácia Raymond Williams dizia que em realidade não existem as massas e sim, maneiras de ver os outros como massa. E Antonio Machado, em uma de suas meditações, pôs nos lábios de Juan de Mairena : “Por mais que pense, não vejo maneira de somar indivíduos »<sup>2</sup>.

O massivo, apresentou-se desde o princípio, como sinônimo de vulgaridade, falta de distinção e mau gosto. A hierarquia cultural da antiguidade clássica - que dividia os produtos culturais em *sublimis ou gravis, mediocris e humilis* - foi invocada, vinte décadas depois, por autores como Dwight MacDonald ou Edward Shils, em sua célebre distinção dos três níveis de cultura : o *highbrow* ou nível de alta cultura , o *middlebrow*, ou nível de cultura média e o *lowbrow*, ou o nível de cultura baixa.

Uma vez reservado o nível alto da Cultura canônica clássica, a chamada cultura de massas foi descrita quase que exclusivamente ao nível baixo da hierarquia. Todos os produtos mediáticos, foram ensacados com essa etiqueta, foram confinados ao sotão cultural, se reconhecia que poderiam conceder-lhes uma certa utilidade informativa e educativa, mas, de maneira alguma um potencial de dignidade como produtos culturais capazes de levar à reflexão ou à experiência estética genuína, às grandes prerrogativas da cultura e da arte aurática tradicional. Como escreveu MacDonald em *Masscult e Midcult* : « A enorme produção dos novos meios de comunicação, como o rádio, a televisão e o cinema, pertencem quase por completo a *masscult* »<sup>3</sup>

Neste sentido, podemos dizer que a etiqueta « cultura de massas », sofre o mesmo preconceito, que a « comunicação de massas », descendentes imediatas da

expressão, « sociedade de massas », tão « batida » pelos os sociólogos do nosso século. Essa etiqueta está obsoleta, então, se justifica a necessidade de substituir por outra, mais útil e mais precisa, daí, abre-se caminho à expressão, « cultura mediática », cuja a principal virtude é a seguinte : consegue pôr o acento no fato mesmo da « mediação ». Trata-se, com efeito, de uma cultura mediada por organismos e instituições industriais (media) de elevada complexidade organizativa e técnica, assim como por comunicadores e públicos que colocam em jogo um ingente acervo de atuação, relação, figuração, enunciação e recepção.

Hoje, descrevemos como tem que funcionar a moderna cultura mediática, mas não prescrevemos como forçosamente deve ser feito. A diferença, aqui é o que separa justamente, um juízo de um prejuízo.<sup>4</sup> A expressão cultura mediática integra produtos de elevada complexidade e vigor artístico – os filmes de Hitchcock, Bergman, Fellini ou Buñuel ; as músicas de Duke Ellington , Bill Evans ou Bob Dylan ; sem esquecer os músicos brasileiros, como Tom Jobim, Vinícius, Caetano, Chico Buarque- junto a outros, simplesmente utilitários e até « triviais », passando pela gama inteira dos « midcult » e o « kitsch » da nossa época. Logo, parece necessário, abordar a reflexão acerca da cultura mediática do nosso tempo partindo da superação dos prejuízos. O que tem sentido, é procurar entender como funciona, como incide na vida e na história, essa cultura segregada pelas poderosas mediações comunicativas do nosso tempo.

A cultura mediática tende a engolir o campo inteiro da cultura, num processo que ao longo do século XX, se mostrou crescente e progressiva. Ainda que não abolidas, as velhas fronteiras entre alta e baixa cultura, arte e artesanato, *Kultur* e cultura popular, cultura highbrow e lowbrow ; os meios e as mediações comunicativas do nosso tempo tendem a unificar todas as outras expressões culturais , a pintura como a música, os movimentos de vanguarda como as expressões estéticas neotribais, a arquitetura como o folclore, a tal ponto que essa expansividade (– que não apaga « as diferenças », ainda que tenhamos que admitir o difícil trabalho de distingui-las) forma todo o tecido da capacidade de percepção do mundo pelo indivíduo contemporâneo.

A cultura mediática aponta para o conflito entre a arte e a dessacralização. São muitos os autores que constataram a geral dessacralização da arte canônica clássica, como Nietzsche, Benjamin e Ortega y Gasset, deles e outros, recebemos um impulso chamado hoje, de « vanguardas históricas » . A cultura mediática fomenta a estetização geral da vida. Entende-se por « estetização » as diversas e cruciais ordens da vida social : os costumes, a política, a informação, a publicidade, a economia, as relações públicas, a atenção ao corpo, a sexualidade, a guerra, a violência, o

ensino, os grandes acontecimentos, enfim, tudo aquilo, que se dá de maneira crescente primando a importância da « sensação » (*aisthesis*) das aparências sensíveis consideradas *per si* : importam quase que exclusivamente a figura, a limpidez do contorno. Uma *estética anestésica* , considerada não como via de acesso sensível ao sentido ou a transcendência, a verdade ou ao bem, ao modo platônico, e sim, como anestesia e paralisia. Pela imanência da beleza, a plethora das sensações conduzem paradoxalmente ao enfeitiçamento dos sentidos, à narcose do discernimento, pode se dizer que o esteticismo imperante sufoca a genuína estética, entendida como via de « *alethéia* » ou desvelamento.

A cultura mediática fomenta a externalização da memória ; e ao atuar assim, não faz outra coisa mais que prosseguir e aprofundar, de modo certamente distinto, o processo que segundo Platão, em *Fedro*<sup>5</sup>, se havia iniciado com a invenção da escrita. Desperta adesão ou reserva. Como a escrita, talvez a tecnologia cultural mais relevante da história humana, os inventos que possibilitaram o progresso da cultura mediática são utilísimos, eficazes próteses de externalização e fixação da memória coletiva. Os artefatos técnicos – o livro, impressa, fotografia, telefone, cinema, rádio, televisão, vídeo, computador...- multiplicaram exponencialmente a capacidade humana para armazenar e objetivar, para converter em objeto manejável e acessível sua memória.

Porém, devemos perguntar se tais criações formidáveis, podem ocasionar uma sensível diminuição da capacidade dos indivíduos e coletivos para rememorar sua história, isso é, para configurar e outorgar sentido narrativamente à sua experiência por suas incontáveis vivências, principalmente digitais. A identidade individual e coletiva se tece – é texto- mediante a memória, que é uma faculdade configuradora e não um mero banco de dados. A questão então, não é se a cultura mediática é uma cultura de massa, entendida como, « baixa cultura, vulgar e de mau gosto », a crítica, não é essa ! e sim, como a cultura mediática trama e urde a memória social, que afeta a percepção e o senso estético do homem diante da vida e de sua própria cultura ( o mito, a religião, a arte, a linguagem, a ciência, a história etc.)

Assim, por exemplo, o comparatismo intermediático de orientação tematólogica, estuda o tratamento da indústria cultural de nosso tempo, busca o sentido das figurações culturais, a saber, representações cristalizadas e sedimentadas pelo curso da tradição. Penso em temas como os de « regresso a pátria » ; a decaída ao inferno; a viagem iniciática ; em figuras como as de ávaro, o homem artificial, o duplo, a mulher fatal, o homem selvagem, o misantropo, a adúltera, o judeu, o vampiro ou o criminal ; em personagens como Sísifo, Édipo, Antígona, Electra, Don Juan, Macbeth, Carmem, Fausto ou Prometeo, em motivos como o reconhecimento ou anagnorisis, o

talismã providencial ou no santo Graal, penso em lugares simbólicos como o deserto, a selva ou o bosque, o rio, o labirinto, a montanha, a gruta, o castelo, o mar ou as grandes cidades. enfim, todos aqueles que uma coletividade acaba sancionando como memoráveis e que fazem parte do imaginário cultural.

O problema da imaginação é crucial porque chama atenção sobre o fato de que o conhecimento –e a comunicação possível- nasce e se perfila como imagem e narração (*mythos*) e apenas depois, pelo processo metafórico e simbólico e adquire contornos mais precisos de conceito e argumentação (*logos*). O conhecimento humano reúne conceito e imagem, razão e emoção, análises e síntese, abstração e concretização, discurso e narração. Segundo Cassirer, que parafraseia a Kant na *Crítica do juízo*,

*“não podemos pensar sem imagens, nem podemos intuir sem conceitos; os conceitos sem intuições são vazios; intuições sem conceitos são cegas”.*<sup>6</sup>

Da mesma raiz, o conhecimento, a cultura e o mundo são simbólicos. Em uma expressão Nietzscheana, o ser humano constrói *“um mundo ao lado do mundo”*, sua realidade não é o das coisas mudas e sim a dos fenômenos que sua linguagem conjura e configura. Queira ou não queira, a vida individual, a cultura coletiva, são figurações, um velho tecido, incessantemente renovado, de figuras da experiência. Literalmente, o ser humano se figura seu mundo e sua realidade, vive, pois em um mundo simbólico, um mundo constituído por conceitos e imagens e tecido primordialmente pela linguagem – retórico, simbólico, logomítico- e expressados em suas figurações constitutivas: o mito, a arte, a religião, a ciência, o sentido comum. O ser humano, escreve Cassirer:

*“ No puede escapar de su propio logro, no le queda más remedio que adoptar las condiciones de su propia vida; ya no vive solamente en un puro universo físico, sino en un universo simbólico. El lenguaje, el mito, el arte y la religion constituyen partes de este universo, forman los diversos hilos que tejen la red simbólica, la urdimbre complicada de la experiencia humana. Todo progreso en pensamiento y experiencia afina y refuerza esa red. El hombre no puede enfrentarse ya con la realidad de un modo inmediato; no puede verla, como si dijéramos, cara a cara. La realidad física parece retroceder en la misma proporción que avanza su actividad simbólica. El lugar de tratar con las cosas mismas, en cierto sentido, conversa constantemente consigo mismo. Se ha envuelto em formas lingüísticas, en imagenes artísticas, en símbolos míticos o en ritos religiosos, en tal forma que no puede ver o conocer nada sino a través de la interposición de ese medio artificial. Su situación es la misma en la esfera teórica que en la práctica. Tampoco en ésta vive en un mundo de crudos*

*hechos o a tenor de sus necesidades y deseos inmediatos. Vive, màs bièn, en medio de emociones, esperanzas y temores, ilusiones y desilusiones imaginarias, en medio de sus fantasias y de sueños. "Lo que pertuba y alarma al hombre dice Epiceto no son las cosas sino sus opiniones y figuraciones sobre las cosas".<sup>7</sup>*

O mundo simbólico do homem é, então, não tanto obra de imitação e representação (*mimesis*) da muda natureza (*physis*), quanto, figuração e criação (*poiesis*) da expressiva realidade humana. É um mundo imaginado, configurado, criado: mitopoético desde seu brotar mesmo. Ao configurá-lo simbolicamente, ao articular em figura sensível e inteligível a torrente de sensações internas e externas com as quais se vê, o homem se conduz, antes de tudo, *esteticamente*. Para Nietzsche, nunca se dá uma relação imediata entre sujeito e objeto, e sim, uma mediação configuradora, poetizadora:

*"Entre duas esferas absolutamente distintas, como são o sujeito e o objeto, não há nenhuma causalidade, nenhuma exatidão, nenhuma expressão, e sim, uma conduta estética, quero dizer: um extrapolar alusivo, um traduzir sussurrado a uma linguagem estranha, para qual, em todo caso, se necessita uma esfera intermediária e uma força mediadora, livre ambas para poetizar e inventar."<sup>8</sup>*

Assim, partimos da idéia de que tanto a consciência individual e coletiva nascem e vivem mitopoeticamente. O conhecimento e a comunicação se nutrem da capacidade configuradora própria da imaginação, faculdade que torna possível todos os produtos do psiquismo individual e da cultura coletiva. Conhecer e comunicar são, portanto, seguindo ainda, o pensamento de Nietzsche, capacidades radicalmente simbólicas, trópicas, metafóricas e também os conceitos e suas principais edificações a *ciência, a filosofia, a lógica*; são vestígios, resíduos de metáforas.<sup>9</sup>

Através da linguagem e de sua natureza lógica e mitopoética (logomítica), a sensorialidade, a sensualidade das imagens coexistem com o caráter abstrato dos conceitos e este diálogo de opostos, essa função de simbolização permite compreender o mundo propriamente humano: a consciência, a comunicação, a cultura e a tradição.

O mito de Fausto ilustra um dos modos básicos em que se dá a criação e recriação das figurações temáticas que nutre uma tradição cultural: a transmissão em um espaço e tempo, seja por via direta entre indivíduo e coletividade ou seja por contato indireto. Concebida em este princípio, a transmissão cultural se exerce por "influência" e depende de muitos fatores históricos que condicionam o contato e a recepção. Em resumo de Ortiz-Osés<sup>10</sup>: O inconsciente é agora um "*inconsciente cul-*

tura” e os arquétipos reaparecem como matrizes dos nossos padrões de compreensão e condução a modo de *urdimbres* que sobressaem a nossas estruturas.

Alguns dos arquétipos primordiais da imaginação humana-a rebelião (*hybris*) contra a natureza, o desejo destrutivo, o desconhecimento (*harmatia*) trágico ou o apocalipse, por exemplo- têm encontrado distintas expressões culturais bastante condicionadas historicamente, que uma vez cristalizadas e sedimentadas pela tradição, convertidas em patrimônio imaginário comum<sup>11</sup>, constituem o acervo figurativo recriado hoje, pela cultura mediática. E essa por sua vez, por caminhos diversos e intrincados, metaboliza tais figurações – de expressão e recepção – próprias das narrativas do nosso tempo. A meu ver, os cientistas ambiciosos e insensatos da ciência-ficção, os anti-heróis perplexos de Wood Allen ou Philip Roth, as mulheres fatais da narração de “série negra” ou as hecatombes nucleares cinematográficas são, expressões de inquietudes nascidas de nossa época, mas também, figurações arquetípicas- temas, motivos, argumentos, figuras, *loci*- geradas por um “*inconsciente coletivo*” e moldados pela tradição. A cultura mediática tende a configurar a memória do passado e a antecipação do que está por vir e tal capacidade a um tempo rememorativo e projetivo a converte em uma poderosíssima construtora de identidades.

Assim as narrativas mediáticas do nosso tempo representam (*mimesis*) e recriam (*poiesis*) a realidade social, referem-se ao caos e a contigência, convertendo-os em uma experiência articulada e significativa; sintetiza as inumeráveis vivências e relatos que, ao dar-lhes forma e pô-las em relação, lhes confere origem, sentido e finalidade. Por fim, tais narrativas mediáticas – escritas ou audiovisuais- cumprem a velha e crucial função comum a todos os relatos que existem e existiram no mundo: destilar um conhecimento mitopoético acerca da vida e da história, que reúne em um tecido inteligível seus incontáveis cabos soltos e que ao fazê-lo, de uma certa maneira, acomoda o homem ao mundo em que vive e que ainda, teme; satura os vazios e acalma os silêncios; aponta-lhe a direção e o sentido da ação. Mostra para a vida vivida a vida por viver. Recordando a etimologia da palavra *seduzir*, que significa “guiar, conduzir”, a linguagem da cultura mediática é uma linguagem sedutora e a sedução mediática se dá, através das imagens. Para a cultura mediática a imagem é importante, para o reconhecimento do próprio mundo que ela representa e volta a apresentar, ou seja, na qual a imagem produzida é praxis, desvinculada do que se entendia por figura contemplativa em uma atitude passiva.

A principal aplicação da arte está em nossa representação do universo para materializá-la em um sistema visual de signos. Nenhum espectador vê a totalidade de qualquer imagem, assim, cada tomada de consciência envolve um elemento de justificação tanto ao objeto figurativo como a imagem.

O objeto figurativo, para revelar-se obriga os olhos –e o espírito- a uma série de interpretações e reinterpretações das partes até o todo, da experiência do espectador, por exemplo, até a complexa do autor. O objeto figurativo permanece diante dos olhos e com ele, e não com o real, que se produz o diálogo. Este objeto é produto não de um *em si* e sim, de uma experiência móvel e necessariamente coletiva.

A arte e o modo figurativo são tão naturais e necessários para as sociedades como a linguagem discursiva e escrita. O conhecimento das imagens, sua origem, suas leis, é uma das “chaves” para se compreender a contemporaneidade e situar o indivíduo na cultura visual. Para nos compreendermos e nos expressarmos, é necessário conhecermos o mecanismo dos signos ao quais recorreremos. Este também é o meio de ler o passado com novos olhos.

Na cultura contemporânea, quando parecem entrar em crise os sistemas modernos de pensar e ver, que há pouco garantiam a identidade e o lugar das coisas, deixa de existir a possibilidade de uma postura contemplativa. Já não há uma única via de acesso a um objeto, a visão é sempre múltipla, adjacente, sobrepõe outros objetos. Um mundo em que tudo está em circulação. A velocidade é a principal via de acesso ao mundo; vivemos um processo de aculturação contínua, uma espécie de colonização tecnológica prazenteira, passiva e não violenta que faz com que o homem se incorpore ao novo estilo de vida.

O conceito heurístico de imagem dialética é usado por Benjamim<sup>12</sup> como modelo de reprodução no interior de uma antropologia da cultura visual, onde o passado e o presente se cruzam. Essas percepções e reproduções não geram uma força liberadora ou regressiva em um cruzamento “enfeitado” entre o mundo mítico, mundo presente e mundo futuro; para os homens, estes são indicadores empíricos para delinear a cultura, que a forma metrópole difunde e eleva ao grau de autorepresentação carregados de sentido.

Toda imagem implica a associação de um conceito e de um signo, ao tempo que, com este, a imagem tem uma determinação fixa e não se situa no objeto e sim, no espírito daqueles que são usuários do objeto, ou seja, para o mesmo objeto, ela é tão variável quanto o número de espectadores. As imagens virtuais são comunicáveis de um indivíduo ao outro, reveladoras ao mesmo tempo de leis incluídas nos objetos figurativos e nas leis do espírito.

Mas, a imagem contemporânea, com toda sua velocidade, seria capaz de, como postula Deleuze, exercer um choque sobre a imaginação, levando-a a seu limite? Um choque que force o pensamento à presença de algo que não pode ser dito? Como pode a imagem abordar aquilo que nos escapa? Acredito, que a imagem contemporânea é uma justaposição de diversos suportes, tempos e dimensões e a mente

do homem , criativa, graças as narrações míticas gregas ou africanas, que fazem parte de seu imaginário cultural conseguem traçar os fios que tecem a contemporaneidade, devemos exigir uma ética das imagens e da comunicação mediática, mas devemos reconhecer que essa linguagem corresponde à velocidade de um dos nossos arquétipos; pode corresponder, por exemplo, a “mercúrio”, o mensageiro dos deuses e a mensagem recebida é que possibilita a construção histórica da humanidade, uma construção veloz como seu tempo, mas que ainda, demonstra uma estética da existência.

### Notas

<sup>1</sup> Anima, entendida como a atividade da vida psíquica , que revitaliza o organismo. (dicionario de filosofia de Walter Bruggger. España: ed. Herder, 1995.

<sup>2</sup> Cabe formular a seguinte questão : tem a massa, uma entidade sustentativa, mais ou menos estável e definida ? ou será mais sensato, ao contrário, falar de comportamentos masivos, de atitudes, momentos, cenários, situações em que todos os indivíduos, sem excessão, são susceptíveis de conduzir-se massivamente ? Essa última, ao meu entender, foi a resposta de Sigmund Freud a essa problema em a Psicologia das massas (Madrid: Alianza, 1978, p.26): « Hemos partido del hecho fundamental de que el individuo integrado en una masa experimenta, bajo la influencia de la misma, una modificación, a veces muy profunda, de su actividad animica. Su afectividad queda extraordinariamente intensificada y en cambio, notablemente limitada su actividad intelectual »

<sup>3</sup> Dwight MacDonald, « Masscult e midcult » em Daniel Bell e outros, Industria cultural e sociedade de massas: Caracas: Monte Avila, 1969, p.65

<sup>4</sup> Se observa que o advento da pos-modernidade-apartir aproximadamente dos anos 60- se caracterizou, entre outras coisas, pelo agregamento do canon artistico classico, pela emergência da chamada posficção e em geral, pela dessacralização generalizada dos valores culturais, antes reverenciados. Entre os muitos autores que tratam deste assunto, me refiro aos seguintes : Frederic JAMESON « A logica cultural do capitalismo tardio », na Teoria da Pos-Modernidade, Barcelona: Trotta, 1996.

Jean-François LYOTARD, « A pos-modernidade (explicada para as crianças) », Barcelona: Gedisa, 1996.

George STEINER, « Cultura e Silêncio, Barcelona: Gedisa, 1982.

- <sup>5</sup> Platão em *Fedro* (Madrid: alianza Editorial, 1998 274c-275a, p. 265, 266 e 267)
- <sup>6</sup> CASSIRER, Ernst, *Antropologia filosófica* México: FCE, 1993, Pàssim. p.91 e p.62
- <sup>7</sup> CASSIRER, op.cit., p. 47 e 48
- <sup>8</sup> NIETZSCHE, Friedrich. « *Sobre a verdade e a mentira em um sentido extramoral* », en F.Nietzsche y H. Vaihinger, *Sobre verdad y mentira*, Madrid: Tecnos, 1996, p.30.
- <sup>9</sup> idem. Nietzsche. Op.cit., 1996, p. 26 e 27
- <sup>10</sup> ORTIZ-ORSÉS, Andrés. *Arquetipos y simbolos colectivos*. Circulo Eranos I, Barcelona: Anthropos, 1994, p. 10
- <sup>11</sup> Assim respectivamente, em Prometeo, Fausto , Lilith, Salomé; Edipo, Hamlet e etc. o dilúvio universal ou pensadelos milenaristas.
- <sup>12</sup> BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*. In Costa Lima (org) *Teoria da cultura de massa*. Rio de janeiro: ed. Paz e Terra, 1978.

### **Referências Bibliográficas**

- BACHELARD, Gaston. *El aire y los sueños*. México: FCE, 1993
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica*, In Costa Lima (org), *Teoria da Cultura de Massa*, Rio de Janeiro: ed. paz e Terra, 1978
- CASSIRER, Ernst. *Antropologia filosófica.*, México: FCE, Ed. Passim,1993
- CHILLON, Albert. *La urdimbre mitopoética de la cultura mediática*. Revista Separata Analisi, nº 24: universidad autonoma de Barcelona-España, 2000.
- GOETHE , J.W. *Fausto*. Madrid: ediciones catedra, 1991.
- MACDONALD, Dwight. *"Masscult y midcult"- Industria Cultural y sociedad de masas*.
- NIETZSCHE, Friedrich. *Sobre verdad y mentira*; Madrid: ed. Tecnos, 1996
- ORTEGA Y GASSET. *La rebelion de las masas*. Madrid: ed. Espasa-calpe, 1976
- ORTIZ-OSÉS, Andrés. *Arquetipos y Simbolos coletivos*. Circulo Eranos I, Barcelona: anthropos, 1994