

lógicos. O onírico, e o mítico segundo Malrieu (1996), fazem parte do imaginário; o onírico, ou seja, aquilo que vem do sonho, está intimamente ligado às impressões sensoriais dos indivíduos, algo demasiadamente abstrato que instiga imagens de cunho afetivo. No que se refere ao mítico, ainda de acordo com Malrieu (1996), encontram-se elementos imbuídos da fantasia e do fantástico, “um sistema coletivo de crenças pré-existente, [no qual] são construídos os comportamentos individuais da imaginação” (Malrieu, 1996, p. 51-52). Sendo assim, mítico corresponde à uma possível presença de atividade da imaginação, a qual gera novos elementos respaldados pela mítica coletiva. Relacionando o onírico com o mítico, Campbell afirma: O sonho é o mito personalizado e o mito é o sonho despersonalizado; o mito e o sonho simbolizam, da mesma maneira geral, a dinâmica da psique. Mas, nos sonhos, as formas são distorcidas pelos problemas particulares do sonhador, ao passo que, nos mitos, os problemas e soluções apresentados são válidos diretamente para toda a humanidade (Campbell, 2007, p. 27-28).

Seguindo esse raciocínio, onírico e o mítico presentes no imaginário, poderiam ser uma nova forma de criatividade na comunicação, pois, uma vez lidando com estereótipos não comuns à nossa ocidentalidade, criar-seiam espaços para o surgimento de novas possibilidades de significação, interpretação e comunicação. O imaginário, segundo Maffesoli (2001, p. 75), é “o estado de espírito de um povo. Não se trata de algo simplesmente racional, sociológico ou psicológico, pois carrega também algo de imponderável, um certo mistério da criação ou da transformação”, ou seja, para Maffesoli não é possível simplesmente “definir” o imaginário, este é então uma espécie de sentimento coletivo para o autor, que perpassa a racionalidade. Assim, os jogos eletrônicos se tornam e são parte do imaginário dos jogadores, manifestado em seus heróis. De acordo com Durand (2004, p.430), “a verdadeira liberdade da vocação ontológica das pessoas repousa precisamente nessa espontaneidade espiritual e nessa expressão criadora que constitui o imaginário”. Essa necessidade de heróis faz com que eles sejam criados, mistificando-os (Eco, 2004). Assim, esses heróis que comunicam e são consumidos, acabam influenciando seus leitores, determinando modas, influenciando pensamentos e ditando valores de suas épocas. Sendo assim esta pesquisa levanta a questão da importância da figura mítica do herói nesta construção de imaginários.

Esta conferencia fue dictada por **Monica Lima de Faria** (Escola Superior de Propaganda e Marketing - Brasil) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Os super-heróis e a filosofia de Joseph Campbell

Artur Lopes Filho

Os heróis das histórias em quadrinhos surgiram em sua grande maioria no período pré-guerra (Segunda Grande Guerra), período esse conhecido como a 'era de ouro'. Estes heróis, provenientes da cultura norte-americana, eram tratados por muitos como produtos da indústria da cultura de massa tendo nas páginas de suas HQ's nada mais do que a promoção de um mero entretenimento desprezioso. Mas pouquíssimas pessoas (inclusive atualmente) percebem que estes personagens, além de divertirem, introduziram (e ainda introduzem) de forma vívida, claras questões que abordam temas cruciais referentes ao homem: a ética, a responsabilidade social (e pessoal), a justiça, o crime e sua punição, as emoções, a identidade e o papel da fé e da esperança, instituindo muitas vezes uma moral bem definida de valores sociais, merecendo assim, uma séria atenção intelectual, visto suas apresentações de temas e idéias dotados de um claro aprofundamento filosófico. Os super-heróis (personagens com habilidades muito além do comum) das histórias em quadrinhos da era de ouro trouxeram consigo a fundação de um novo costume social. Introduzido ao imaginário popular e definindo, muitas vezes a própria linguagem cultural, estes seres 'superiores' equiparam suas ações as dos cânones heróis das antigas mitologias, educando seus leitores para um padrão pré-estabelecido daquilo considerado correto, instituindo, mesmo que de forma despreziosa, um padrão de 'agir moral'.

Sendo assim, com o auxílio da obra de Joseph Campbell: *O herói de mil faces* (uma das maiores autoridades no estudo de mitologia), o presente trabalho tem por objetivo estudar a imagem dos heróis das histórias em quadrinhos surgidos na era de ouro, submetendo suas ações e feitos heróicos ao crivo da análise filosófica, buscando não somente expor, mas também dissertar sobre temas referentes a figura do herói mitológico e a bagagem 'educacional' que estes carregam em si, bagagem esta dotada de uma gama de valores morais e sócio-culturais bem definidos.

Esta conferencia fue dictada por **Artur Lopes Filho** (Brasil) el miércoles 30 de julio en el Tercer Encuentro Latinoamericano de Diseño 2008. Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad de Palermo, Buenos Aires, Argentina.

## Redes de interés en el negocio del diseño

Alvaro Magaña Tabilo

La trayectoria del diseño en la sociedad capitalista muchas veces ha tendido a ignorar su relación final con la generación de riqueza y las dependencias e interrelacio-