

## COMUNICAÇÃO ORAL - GT 10 – IMAGINÁRIO, MEMÓRIA E RELAÇÕES DE AFETO

### **BRASÃO X MARCA: ANIMA E ANIMUS NO IMAGINÁRIO DOS SÍMBOLOS DE IMBITUBA**

*Emanuelle Querino Alves De Aviz (equerino.jnl@gmail.com)*

O objetivo deste trabalho é analisar o brasão e a marca turística do município de Imbituba sob a perspectiva de anima e animus no imaginário. Utilizaremos como metodologia a hermenêutica simbólica. Pretendemos apresentar quais as semelhanças e diferenças entre os símbolos relacionando aos conceitos de imaginação simbólica.

O município de Imbituba, litoral sul de Santa Catarina, conta atualmente com dois símbolos que são utilizados na comunicação municipal. O símbolo oficial, instituído pela Lei nº 229 de 1970 é o Brasão de Armas, composto por um escudo com as figuras de uma Maria Fumaça para o transporte de carvão, da Indústria Cerâmica de Imbituba e de um navio para transporte de graneis no Porto de Imbituba; nas laterais, chamadas suportes, está o imbé, planta nativa que deu nome à cidade, além de uma muralha na parte de cima e uma faixa com a data de emancipação da cidade, 21 de junho de 1958. Em 2001 a cauda de uma baleia foi incluída no brasão, próxima ao navio, representando a cidade como berçário natural do mamífero.

No ano de 2013 foi instituída uma nova marca focada no título de Capital Nacional da Baleia Franca, adotada também como um elemento a estar presente nas peças de comunicação municipal. Sua principal aplicação hoje está na fachada do prédio do paço municipal e em materiais gráficos de

divulgação turística. A baleia franca migra para a região de Imbituba anualmente para reproduzir, ganhar seus filhotes e amamenta-los. Entre os anos de 1976 e 1973 a pesca da baleia ocorreu em Imbituba. Foi a última cidade do Brasil a fechar sua armação baleeira. Recebeu o título de Capital Nacional da Baleia Franca pela Lei 12.282 (PLANALTO, 2010), o que desencadeou uma série de investimentos para a atração de visitantes focados na observação do mamífero.

Para fundamentar este trabalho consideramos que os arquétipos de Jung identificam “padrões universais no modo de funcionamento multifacetado da imaginação” e foi a partir deste conceito que as Estruturas Antropológicas do Imaginário foram desenvolvidas por Gilbert Durand (BARRETO, 2008, p. 35). Barreto explica que estas classificações abertas nos abrem para “um verdadeiro mapa das formas imaginativas, uma ‘arquetipologia geral’ que descreve a imaginação criadora em seus regimes estruturas e lógicas diferenciadas” (2008, p. 35).

Dentro dos arquétipos, duas figuras fazem o elo entre o consciente e o inconsciente, e foram identificadas por Jung como animus, “o lado masculino da psique feminina” e a anima, o “lado feminino da psique masculina” (HALL, 1992-93, p. 38). Em resumo, são características femininas no homem e masculinas na mulher (JUNG, 2006, p. 15). Se, de fato, o inconsciente coletivo é um “reservatório de imagens latentes” ou “primordiais” (HALL, 1992-93 p. 32) que são herdadas evolutivamente, podemos considerar que determinados grupos sociais e culturais terão seu próprio inconsciente coletivo, similar ao imaginário. Desta forma partimos do pressuposto que estas imagens revestem-se de um poder simbólico e tornam-se expressões patentes no mundo físico. Isso nos leva a considerar as imagens simbólicas do município de Imbituba como representações do inconsciente coletivo de seu povo em diferentes épocas.

O Brasão apresenta em seu escudo as figuras industriais da época, todas de propriedade do empresário Henrique Lage. Em uma primeira leitura, o símbolo parece passar uma mensagem de progresso, pleno emprego e desenvolvimento comercial, focado na importância destas empresas na vida econômica da cidade. Acreditamos que é possível relacionar o Brasão ao animus, pois personaliza “os graus valentia e da ação projetados na figura do herói” (JUNG, p. 18, 2006).

Jung afirma que a mentalidade científica fez o mundo se desumanizar, ao isolar o homem no cosmos. Para ele a falta de conexão com a natureza e os vínculos simbólicos dos acontecimentos naturais se perderam. “Já não temos uma alma da selva que nos identifica com algum animal selvagem. Nossa comunicação direta com a natureza desapareceu no inconsciente, junto com a fantástica energia emocional a ela ligada” (JUNG apud BARRETO, 2008. 30).

Franz (2010, p. 23) explica que “o herói masculino nos mitos luta, vence, conquista o monstro”, o que nos remete aos pescadores ou caçadores de baleias e também às conquistas econômicas, o sucesso financeiro promovido pelas empresas que estão no centro do brasão. Por outro lado, o “feminino segue o caminho da individuação, sofrendo e fugindo. É suficiente se uma mulher puder entrar na situação humana, reconstruir vínculo humano” (FRANZ, 2010, p. 23), o que nos permite destacar que a busca pelo equilíbrio faz parte da alma e que o surgimento da marca turística da baleia franca pode ser interpretada como o preenchimento de um espaço simbólico que estava ausente, percebido na falta do feminino e do natural, pois o brasão destaca as figuras industriais e fabris, deixando o imbé e a baleia nas periferias.

“O animus se refere às criações feitas pelo ser humano no que tange o seu fazer, de maneira mais instrumental” enquanto a alma está ligada a “tudo aquilo que inspira o ser humano a criar e o vivifica” (FERREIRA SANTOS E ALMEIDA, 2012, p. 80). Deste modo, o brasão e suas figuras ficam evidentes na personalidade masculina deste inconsciente coletivo municipal. Já a marca afirma uma valorização do feminino, da mãe-natureza, pois mostra uma baleia – o selvagem - e seu filhote e ambos ainda formam um coração, o que destaca a importância da afetividade e do relacionamento entre homem e natureza, possivelmente como uma forma (in)consciente de recuperar os danos causados no tempo da caça às baleias, mas concomitantemente continuar a receber rendimentos pela defesa ecológica. Acreditamos que o brasão indica o animus e a marca aponta a alma das representações simbólicas municipais em Imbituba.

#### Referências

BARRETO, Marco Heleno. Imaginação Simbólica: Reflexões Introdutórias. Loyola: São Paulo, 2008.

FERREIRA-SANTOS, Marcos; ALMEIDA, Rogério de. Aproximações ao imaginário: bússola de investigação poética. Képos, São Paulo, 2012.

FRANZ, Marie Louise Von. Animus e Anima nos contos de fadas. Versus: Campinas, 2010.

HALL, Calvin S. NORDBY, Vernon J. Introdução à Psicologia Junguiana. Cultrix: São Paulo, 1992-93.

JUNG, Emma. Animus e Anima. Trad. Dante Pignatari. Cultrix: São Paulo, 2006.