

## **Novos sentidos do mito em pesquisas científicas sobre mídia digital – Revisão de Escopo**

Florence Dravet

Universidade Católica de Brasília

flormd@gmail.com

### **Resumo**

Como as diferentes áreas do conhecimento tratam do mito na pesquisa sobre mídia digital? Objetivos: 1) identificar artigos científicos que estabeleçam uma ligação entre o mito e a mídia digital; 2) analisar os tipos de abordagem do mito; 3) identificar tendências, lacunas e possíveis contribuições teóricas para o avanço dos estudos do mito nas mídias digitais, por meio de uma revisão do escopo na literatura científica dos últimos cinco anos. A maioria dos artigos trata o mito em seu sentido de narrativa falsa, enquanto outros o tratam como um objeto teórico. Há uma tendência em buscar metodologias de combate às falsas narrativas que circulam nas redes sociais e dificultam a divulgação científica.

**Palavas chave:** Mitos; Tecnologias digitais; Estudos bibliográficos; Epistemologia.

### **Abstract**

How do different areas of knowledge deal with myth in digital media research? Objectives: 1) identify scientific articles that establish a link between myth and digital media; 2) analyze the types of approach to the myth; 3) identify trends, gaps and possible theoretical contributions to the advancement of myth studies in digital media, through a review of the scope in the scientific literature of the last five years. Most articles treat myth in its false narrative sense, while others treat it as a theoretical object.

There is a tendency to seek methodologies to combat false narratives that circulate on social networks and hinder scientific dissemination.

**Keywords:** Myths; Digital technologies; Bibliographic studies; Epistemology.

### **Resumen**

¿Cómo las diferentes áreas de conocimiento abordan el mito en la investigación sobre los medios digitales? Objetivos: 1) identificar artículos científicos que establezcan un vínculo entre el mito y los medios digitales; 2) analizar los tipos de aproximación al mito y 3) identificar tendencias, brechas y posibles aportes teóricos al avance de los estudios de mitos en los medios digitales, utilizándose de una revisión del alcance en la literatura científica de los últimos cinco años. La mayoría de los artículos tratan el mito en su sentido de narrativa falsa, mientras que otros lo tratan como un objeto teórico. Se tiende a buscar metodologías para combatir las falsas narrativas que circulan en las redes sociales y dificultan la difusión científica.

**Palabras clave:** Mitos; Tecnologías digitales; Estudio bibliográfico; Epistemología.

## **Introdução**

A cultura digital oferece à sociedade ferramentas de comunicação propiciadoras de trocas em tempo real, encontros virtuais, experiências imersivas, compartilhamento de informações, construções colaborativas e transmidiáticas e outras formas de produção e circulação de informações que servem de base para construções de narrativas, discursos e opiniões. Nesse contexto, a necessidade de gerir o conhecimento exige que se acompanhe as implicações da transformação digital no que diz respeito às narrativas construídas e aos discursos e opiniões que a partir delas se formam. Que narrativas são produzidas, como e com base em que tipo de estrutura se constroem?

É fato que a mídia digital, em seu aspecto de inovação, cria constantemente formas simbólicas, narrações de um novo significado da vida humana, daquilo que nos ameaça, que pode ou deveria acontecer. Observar e analisar o poder

narrativo do mito a partir de sua teorização em várias vertentes (antropológica, narratológica, psicológica, filosófica, estética, etc.) parece uma forma eficiente de compreender o mal-estar e os anseios da civilização contemporânea, com a finalidade última de lidarmos melhor com eles, uma vez que as relações sociais são coletivamente mediadas por tecnologias digitais.

O presente estudo visa observar, em um levantamento de 194 artigos, como as diferentes áreas do conhecimento científico abordam o mito em pesquisas que relacionam as mídias digitais e a noção de mito e/ou mitologia. São objetivos desta pesquisa: 1) Identificar os artigos científicos publicados entre 2016 e 2020 que estabelecem vínculo entre a noção de mito e as mídias digitais; 2) Analisar os tipos de abordagem que tais artigos fazem da noção de mito; 3) Concluir sobre a concepção dominante e eventuais lacunas no conhecimento, de maneira a propor novas pistas teóricas a serem exploradas.

## **Antecedentes**

A presente pesquisa é fruto do estágio pós-doutoral realizado no primeiro semestre de 2021, no Centro de Investigação em Arte e Comunicação (CIAC/ Universidade do Algarve, Portugal), que centra grande parte de suas atividades na elaboração de conteúdos digitais e de reflexões teóricas e empíricas no entrecruzamento entre os campos do saber tecnológicos, comunicacionais e culturais para pensar a Educação.

O recorte para o entrecruzamento entre mito e comunicação digital não é comum, porém, apareceu como importante pelo fato dos meios de comunicação digitais serem, hoje, os meios nos quais são produzidas, circulam e são recebidas as narrativas em seus novos formatos, caracterizados pelas performances audiovisuais em multiplataforma, de natureza transmidiática e de estruturas complexas, mas também pelas construções narrativas que se desenvolvem nas redes sociais. Na comunicação em rede que caracteriza a cultura digital e no uso que dela fazem os diversos movimentos sociais, políticos e culturais, surgem mitologias de presente e futuro, juntamente com a expressão das tendências evolutivas que irrompem na sociedade. É nos

conteúdos da comunicação digital, em sua vocação à inovação, que aparecem hoje as novas formas que expressam as principais tendências a germinarem no panorama social.

Quanto à abordagem metodológica empregada, as Revisões de Escopo, bastante difundidas nas ciências da saúde, não são frequentes em pesquisas em ciências humanas e sociais, porém, apresentam-se vantajosas quando a temática a ser explorada ainda está em construção teórica, quando apresenta várias abordagens e necessita de uma visão geral atualizada e estruturada, de maneira a avançar. A plataforma JBI Evidence Synthesis inclui revisões de escopo, em sua maioria sobre tópicos relacionados à saúde, que seguem métodos desenvolvidos pela Instituto Joanna Briggs (Journal Info, n.d.) e serviram de base para esta pesquisa.

## Marco teórico

Os mitos são a base da narrativa, a começar pela genealogia própria das mitologias tradicionais (Vernant, 1990). A moderna narratologia, baseada nos estudos do funcionalismo russo (Propp, 2001) posteriormente desenvolvidos por Genette (1972) e Greimas (1970) e no estruturalismo (Lévi-Strauss, 1958; Barthes, 2001; Eco, 1984; Todorov, 1980), perpetua a ideia de que uma história se constrói de acordo com uma linha narrativa que, embora apresente certa flexibilidade, é recorrente. A narratologia é marcada pela possibilidade de encontrar fórmulas que sustentem a atividade criadora de ficção, alimentadora da indústria midiática. Algumas fórmulas de sucesso muito utilizadas em roteiros cinematográficos e de séries (Vogler, 1998; Field, 2001) foram elaboradas após a obra *O herói de mil faces*, de Joseph Campbell (1997). Esse olhar para a narrativa baseada na lógica do mito se deve em grande parte aos estudos do imaginário, especialmente por meio dos encontros do Círculo de Eranos que durante setenta anos reuniu, na Suíça, mitólogos de várias partes do mundo, entre eles Eliade, Jung, Durand, Zimmer, Kerényi, Scholem e Corbin. Esses encontros foram fundantes também para o desenvolvimento da Psicologia analítica, vertente da Psicanálise.

Junto à Linguística e à Psicanálise, a Filosofia é também responsável pela crítica do mito na produção narrativa midiática. Foi Walter Benjamin (2013) que primeiro apontou para as relações entre mito, linguagem e meios técnicos de comunicação. No livro póstumo *Escritos sobre mito e linguagem (1915-1921)*, a linguagem em sua poeticidade é o próprio meio (médium) que transita entre saberes racionais e saberes intuitivos. A língua se comunica em si mesma e é, ela mesma, o meio de comunicação. O mito enquanto origem da poeticidade da linguagem é o médium autêntico, independente da mídia em seu sentido de meio técnico. Partindo de uma ideia semelhante segundo a qual o mito é uma fala e, portanto, a substância do mito está na sua forma e não no objeto da mensagem, Roland Barthes, autor de *Mitologias* (2001), se propôs a descrever alguns mitos da década de 1950 e a definir de forma metódica o mito contemporâneo da burguesia. Permeada pelo fenômeno midiático, sua mitologia se constrói a partir de imagens, discursos publicitários e jornalísticos, panfletos, emissões radiofônicas, filmes e outras formas narrativas que compõem o espírito do tempo de uma determinada cultura. Essa perspectiva de olhar para a cultura midiática, então chamada de cultura de massas, para nela identificar mitos por ela gerados, também foi adotada por Morin (1962) que se refere às estrelas do cinema como os novos deuses e deusas do Olimpo que animam narrativas heroicas, de caráter mais dramático do que trágico e constituem novas formas de vivenciar velhos mitos.

Os mitos também habitam as imagens, os arquétipos da *psique* (Jung, 2000) e, de forma residual, as desencantadas imagens técnicas da mídia (Kamper, 2016; Contrera, 2015). Se para Jung os arquétipos são formas simbólicas que revelam conteúdos psíquicos amorfos de forte poder sugestivo, as imagens técnicas, ao contrário, são caracterizadas pela sua fraca potência mítica (Wulf, 2016; Barros, 2009). Esse esvaziamento de conteúdo mítico faz dessas imagens formas estereotipadas que necessitam serem constantemente substituídas por outras, provocando, assim, uma verdadeira iconofagia midiática (Baitello Jr., 2000). Pensadores dessa corrente chegam a considerar que as imagens digitais, produzidas matematicamente a partir de simulações e não de impressões, não são imagens. Seriam simulacros que não foram forjados pelo poder imaginante do mito (Baudrillard, 1991; Wulf, 2016).

Como se percebe nesta rápida síntese dos estudos sobre o mito que poderiam fundamentar uma teoria mitológica da mídia e da cultura digital, o século XX foi profícuo em abordagens teóricas a partir da noção de mito, mitologia e do próprio pensamento mítico enquanto estrutura epistemológica. Interessa investigar o estado atual dessas reflexões, seus desenvolvimentos, aplicações e interpretações para o século XXI, por meio de uma Revisão de Escopo em todas as áreas do conhecimento, uma vez que todas elas se ocupam, ainda que de forma muitas vezes contextual, dos fenômenos de comunicação nas mídias digitais.

## **Metodologia**

A metodologia de Revisão de Escopo, de acordo com Peters, Godfrey, McInerney, Munn, Tricco & Khalil (2020) permite identificar a literatura sobre um tema de investigação científica de modo a esclarecer conceitos e perceber eventuais lacunas no conhecimento. Enquanto a Revisão Sistemática de Literatura (RSL) visa a produzir um resultado criticamente avaliado e sintetizado para uma pergunta específica (Denyer & Tranfield, 2009), a Revisão de Escopo visa a fornecer uma visão geral ou mapa das evidências (Munn et al., 2018; Ferraz, Pereira & Pereira, 2019; Macvean, Shlonsky, Mildon & Devine, 2017). Suas estratégias permitem traçar o perfil da extensão, do alcance e da natureza da atividade de pesquisa para um determinado tema, oferecendo bases para futuras análises e pesquisas (MacGregor, Cooper, Coombs & DeLuca, 2020). A presente revisão adotou a estrutura de etapas, definida por Peters et al. (2020), do capítulo de revisão de escopo do manual do Instituto Joanna Briggs para síntese de evidências. Um protocolo em três etapas foi empregado:

## **Crítérios de busca e seleção dos textos**

Foi feito um primeiro levantamento quantitativo nas bases *Scopus* e *Web of Science*, entre artigos de acesso aberto e fechado, no período entre 2016 e 2020. A escolha pelas duas bases de dados foi determinada pelo interesse em alcançar pesquisas de reconhecido valor internacional em áreas diversas. O período foi determinado pelo interesse em lançar um olhar atualizado para a pesquisa sobre mídia digital.

Foram usados dois tipos de descritores cruzados: de um lado as palavras “mito” e “mitologia” que correspondem ao foco temático principal da pesquisa; do outro lado as expressões “cultura digital”, “narrativa digital”, “redes sociais”, “mídias sociais”, “imersão”, “realidade virtual”, “realidade aumentada” que, juntas, constituem o segundo foco temático da pesquisa.

## **Perguntas de pesquisa**

Com o objetivo de identificar o estado da pesquisa envolvendo os dois focos temáticos estabelecidos, foram formuladas algumas perguntas, sendo uma de natureza objetiva e as demais de natureza teórica. A principal pergunta de pesquisa visou identificar e analisar que abordagens ao mito têm sido aplicadas às pesquisas que investigam os meios de comunicação digitais. Também interessou saber como se distribuem entre as áreas do conhecimento as pesquisas que tratam do tema. Por fim, buscou-se identificar lacunas e pistas para avançar no conhecimento do escopo à luz dos dados coletados e analisados.

## **Análise por tipo de abordagem e discussão**

Para a última fase do protocolo da Revisão de Escopo, o universo de textos obtidos (194) permite que a análise dos resultados seja feita a partir dos resumos disponíveis e, caso se revele necessário, dos textos completos. O objetivo dessa fase é de identificar as diferentes

abordagens ao mito feitas nessas pesquisas, se alguma abordagem predomina sobre as demais ou se apresenta de forma minoritária e que tipo de relação se estabelece entre mito e mídias digitais.

## **Resultados e discussão**

Um primeiro olhar quantitativo (Tabela 1) permitiu notar que, de um total de 194 artigos identificados no escopo definido, as Ciências Sociais e a Comunicação são as áreas que mais publicam pesquisas no cruzamento entre mito e meios de comunicação digitais, com 45 artigos cada uma. Com quantidade ainda expressiva, seguem-se as Ciências da Saúde (27) e Ciência, Tecnologia e Computação (21). As demais áreas caem para quantidade baixas e até inexpressivas.

Por se tratar de bases indexadoras científicas cuja tradição é antiga nas Ciências Exatas e Ciências da Saúde, não surpreende o fato de que áreas como Religião, Direito, Artes e Humanidades, Linguística, Linguagem e Literatura e Educação tenham baixa representatividade no escopo, uma vez que sua representatividade absoluta nessas bases também é baixa. O fato de haver uma representatividade média nas Ciências da Saúde e Ciência, Tecnologia e Computação se explica pela presença dominante dessas áreas nas bases escolhidas. Finalmente, Ciências Sociais e Comunicação se justificam como mais expressivas uma vez que a temática dos meios de comunicação digitais é central para as disciplinas destas áreas: Sociologia, Comunicação e Estudos da Mídia são disciplinas historicamente entrelaçadas.

O dado à priori mais surpreendente do resultado quantitativo é o fato da área de Psicologia, situada no entrecruzamento entre Ciências da Saúde e Ciências Sociais, ter tão baixa representatividade no escopo. Sabe-se que, por um lado, o mito é um dos objetos centrais da abordagem psicanalítica e, por outro lado, os fenômenos midiáticos e especialmente as mídias sociais digitais têm gerado efeitos significativos sobre os afetos e a psique tanto individual como coletiva (Mayate & Blas, 2014; Méa, Biffe, & Ferreira, 2016; Appel, Schreiner, Weber, Mara & Gnambs, 2016; Fonseca, Couto, Melo, Amorim & Pessoa, 2018).



**Tabela 1** – Distribuição dos artigos por área de conhecimento do(s) autor(es)

Área	Quantidade	Área	Quantidade
Ciências Sociais	45	Linguística, Linguagem e Literatura	13
Comunicação	45	Educação	10
Ciências da Saúde	27	Artes e Humanidades	9
Ciência, Tecnologia e Computação	21	Direito e Ciências Jurídicas	6
Psicologia	16	Ciências da Religião	2
Total das áreas		194	

Fonte: elaboração própria

Um segundo olhar para os artigos disponíveis em cada uma das áreas identificadas permitiu determinar duas grandes categorias de tratamento da noção de mito: a primeira, concernente à maioria dos artigos levantados, trata o mito em um sentido genérico, sem nenhum tipo de abordagem conceitual ou de desenvolvimento teórico; foi identificada com a categoria do “senso comum”. A segunda detém-se no mito enquanto objeto teórico. Em cada área, foi possível perceber características quanto a essa primeira categorização geral. A fim de estabelecer essa primeira grande categorização foram utilizadas as informações de título, resumo, palavras chave e as referências dos artigos. Os critérios de inserção na categoria “senso comum” (Tabela 2) foram os seguintes: Os descritores “mito” e/ou “mitologia” aparecem nas informações indexadoras sem estarem acompanhados de desenvolvimento teórico a seu respeito; os descritores “mito” e/ou “mitologia” aparecem nas informações indexadoras associados aos termos “ilusão”, “falso”, “desinformação”, “*fake news*”, “lenda”, “boato” ou “rumor”, sem desenvolvimento teórico a respeito dessas associações; os descritores “mito” e/ou “mitologia” aparecem nas informações indexadoras em contraposição às noções de “realidade”, “verdade”, “fatos” ou “ciência”, sem desenvolvimento teórico a respeito dessas contraposições. Por fim, os descritores “mito” e/ou “mitologia” aparecem nas informações indexadoras e não há referências bibliográficas do escopo da teoria mítica ou do conhecimento mitológico no artigo.

As demais ocorrências das palavras descritoras “mito” e/ou “mitologia” são acompanhadas de desenvolvimentos teóricos já no resumo e/ou de referências bibliográficas sobre o escopo da teoria mítica ou do conhecimento mitológico. Esses casos foram incluídos na categoria “objeto teórico” (Tabela 2) e serão objeto de olhares mais detalhados a fim de identificar as tendências, lacunas e pistas de desenvolvimentos possíveis.

**Tabela 2** – Distribuição entre mito como senso comum e como objeto teórico, por área de conhecimento

Área	Senso comum	Objeto teórico
Ciências Sociais	36	9
Comunicação	38	7
Ciências da Saúde	27	0
Ciência, Tecnologia e Computação	14	7
Psicologia	13	3
Linguística, Linguagem e Literatura	3	10
Educação	9	1
Artes e Humanidades	2	7
Direito e Ciências Jurídicas	6	0
Ciências da Religião	0	2
Total das Áreas	148	46

Fonte: elaboração própria

É possível perceber que, embora a maioria das áreas trate o mito em uma acepção de senso comum, três áreas entre as menos expressivas do escopo, abordam o mito como objeto teórico. São elas “Linguística, Linguagem e Literatura”, “Artes e Humanidades” e “Ciências da Religião”. Como visto na rápida síntese da introdução a respeito dos desenvolvimentos teóricos sobre o mito e as mitologias, é na qualidade de narrativa que o mito adentra as teorias literárias e os estudos semiológicos de linguagem, passando por duas grandes escolas: o formalismo russo e o estruturalismo. Um olhar mais detalhado sobre os desenvolvimentos teóricos feitos nos artigos desta categoria permitirá avançar. Todavia, uma reflexão a partir da noção de mito como senso comum será feita primeiro a fim de compreender sua recorrência.

O mito como senso comum repousa sobre a ideia de narrativa falsa por oposição à de verdade científica

Da totalidade dos artigos levantados no escopo (194), a imensa maioria (149) não se ocupa de desenvolver teoricamente a noção de mito e não se refere a nenhum estudo prévio para fundamentar o uso do termo. Tal constatação, porém, não significa que não haja desenvolvimentos teóricos a serem feitos a partir das observações mais detalhadas dessas produções.

Ao analisar de perto os 149 artigos, percebe-se que os descritores “mito” e “mitologia” aparecem frequentemente associados aos termos “ilusão”, “falso”, “desinformação”, “*fake news*” e “mídias sociais” ou “redes sociais”. Nesses casos, trata-se de um entendimento de narrativas construídas que necessitam serem “desconstruídas”, “caçadas”, “diluídas”, “reveladas”, “desmascaradas” entre outras expressões que denotam seu caráter errôneo, ilusório e enganador. Todas as vezes, a construção desses mitos é atribuída à circulação de informações falsas (as chamadas *fake news*) facilitada pelas mídias sociais e seu alto poder de disseminação.

Em outros casos, os descritores “mito” e “mitologia” aparecem associados aos termos “lenda”, “boato” ou “rumor”. No senso comum, todas essas noções se confundem. No entanto, os estudos de narrativas separam cada uma delas e lhes atribuem significados, contextos, objetos e modos de circulação diversos. O termo rumor remete ao modo como uma informação se espalha na informalidade, sem que se verifique sua veracidade. Associado à oralidade, o rumor circula por relações interpessoais, de boca em boca. Já, a lenda se diferencia do mito por referir-se a um objeto do contexto histórico e factual sobre o qual derivam histórias de caráter fantasioso e não comprovado pela História em sua versão oficial. Nessa ordem de ideia, o mito também é uma narrativa de caráter fantasioso, porém pertence deliberadamente à ordem da ficção, não se situa na história cronológica e serve de explicação da realidade. O boato se refere a uma notícia de fonte desconhecida e geralmente sem fundamento. O fato de pesquisadores confundirem mito, lenda, boato e rumor denota uma falta de cuidado na distinção e no sentido de cada um desses termos.

Por fim, os descritores “mito” e “mitologia” aparecem algumas vezes nas informações indexadoras em contraposição às noções de “realidade”,

“fatos”, “ciência” ou “verdade”. Em todos esses casos, trata-se de uma postura epistemológica que nega ao mito seu lugar no conhecimento dominado pela ciência; uma postura que separa o que é científico e considerado pelo paradigma dominante como verdadeiro ou real, e o que não é científico e pertencente ao domínio do erro, da falsidade e do engano. Nessa perspectiva, o mito se contraporia à noção de fato, sendo este último algo que pode ser observado e verificado, cujo acontecer é supostamente comprovável no tempo e no espaço. Esta visão, por demais dicotômica e simplificadora, põe a sociedade em risco ao desprovê-la do elemento mítico que, como já alertaram os mitólogos, é a parte de “sombra” (Jung, 1975, Von Franz, 1985), vital para a organização social e psíquica, tanto individual como coletiva.

O fato dos artigos científicos em análise se utilizarem de noções difusas e mal definidas para se referirem ao mito é sintomático da pouca atenção dada às teorizações em torno desse objeto nas áreas de Ciências Sociais, Ciências da Saúde, Comunicação, Ciência, Tecnologia e Computação, Educação, Psicologia, Direito e Ciências Jurídicas. Somente as Artes e a Literatura, Linguagem e Linguística, assim como os escassos estudos em Religião tratam o mito como objeto teórico. Uma hipótese para justificar esse fenômeno reside no grau de cientificidade atribuído ao mito a depender do olhar de cada disciplina e de suas fundamentações teóricas. Pelo que foi possível observar dos estudos em Ciências da Saúde, estes não apenas não lhe atribuem nenhum grau de cientificidade mas o tratam como um erro, uma falsidade, a ponto de propor metodologias científicas que permitam eliminá-lo.

## **Metodologias científicas de caça aos mitos**

Em um universo de 27 artigos identificados no escopo, na área das Ciências da Saúde, foram encontrados três estudos com propostas de metodologia de caça a mitos. Como explicado anteriormente, mito é, nos três casos, compreendido em seu sentido aproximado, confundido com um boato, um rumor ou uma narrativa falsa.

*Shattering the myths* ou *STM* é o nome dado à metodologia apresentada por um texto na área de Psiquiatria. Consiste em um programa de luta contra algumas ideias prontas ou crenças sobre uso de drogas na juventude. *Cancer Awareness Measure Mythical Causes Scale* ou *CAM-MYCS* é uma ferramenta desenvolvida por estudiosos da luta contra o câncer para avaliar crenças em fatores causadores da doença. *Scale of Myths about Sexuality* é uma ferramenta elaborada para obter uma escala de avaliação da permanência de crenças em narrativas falsas sobre sexualidade em adolescentes a fim de usá-la em educação sexual.

Constata-se, portanto, que pesquisadores preocupados com os efeitos nefastos de narrativas falsas sobre fatos científicos (no caso, respectivamente, uso de drogas em jovens, causa de câncer e comportamentos sexuais na juventude) estão elaborando metodologias para lutar contra elas. Diferentemente, nenhum artigo das áreas de Ciências Sociais ou Comunicação, que tendem a tratar o mito na mesma perspectiva, apresentou esse tipo de metodologia.

Se, por um lado, o trabalho para reduzir notícias falsas, desinformação, rumores e boatos prejudiciais à saúde e ao bem-estar social é legítimo e necessário, por outro, confundir o fenômeno da chamada desinformação ou má informação com os efeitos do mito é um problema epistemológico que merece atenção.

## **Objetos e desenvolvimentos teóricos do mito: tendências disciplinares**

De maneira a identificar melhor em que contextos de estudo científico o mito aparece como um objeto teórico, foi feito um cruzamento entre, por um lado, os objetos pesquisados e, por outro lado, a relação que esses objetos mantêm com o universo da mídia digital. No conjunto dos 46 artigos levantados entre todas as áreas, foram identificados objetos de natureza muito variada que, porém, foram agrupados em categorias:

- O objeto é o próprio fenômeno midiático: aqui, agrupam-se estudos sobre tipos narrativos e linguagens características das mídias sociais. É o caso de um estudo sobre o “rumor” e outro sobre o “surreal” na linguagem adaptada às mídias sociais. Mas também estudos específicos sobre imagens (imagens femininas pagãs no Instagram, imagens das mídias sociais como memes e fotos filtradas e retocadas). Nesta categoria ainda há três estudos sobre as mitologias sociais criadas nas mídias digitais e um sobre a noção de amizade no Facebook. Outro artigo centra seu olhar para a nova configuração midiática digital e suas consequências sobre a atividade jornalística em momentos de crises. Há ainda dois artigos sobre as *fandoms* (Jenkins, 2008), em torno de produções televisivas e musicais.
- O objeto reside no conteúdo das mídias: obras de arte, obras literárias e poéticas que ecoam nas redes, videogames e filmes são analisados enquanto fenômenos imersivos não necessariamente digitais, como no caso de obras literárias cujo efeito imersivo se deve a atmosferas ficcionais e narrativas envolventes.
- O objeto é político-social: a pós-verdade como fenômeno ligado à comunicação nas mídias sociais e seu uso político; bolhas financeiras; direito ao solo; políticas linguísticas; políticas de gênero; discursos nacionalistas e étnicos; crise ecológica; modos de socialização entre jovens; relação com a saúde coletiva e pessoal; tráfico de órgãos e pessoas; concepções filosóficas de mundo como no caso de um artigo sobre Confúcio na China são os objetos tratados.
- Em apenas um caso o objeto é a própria tecnologia digital, em um artigo que desenvolve uma reflexão sobre o fenômeno das lentes biônicas e seu efeito imersivo.

Em quase todos os casos, quando os objetos não são produções diretas das mídias digitais, estas são o contexto da análise. A exceção é dos artigos sobre literatura que tratam da imersão fora do contexto digital. A imersão, nesses casos, é própria do fenômeno literário onde o mito tem valor teórico importante

anterior ao que se passa com a imersão midiática. Tais artigos entraram no escopo da presente pesquisa por tratarem da imersão e fazerem alguma menção a suas adaptações em meio digital e/ou a sua difusão e repercussão nas mídias sociais, ainda que esse tópico seja secundário.

Quanto aos enfoques teóricos das noções de mito e mitologia, algumas tendências foram percebidas que correspondem majoritariamente à organização disciplinar do conhecimento, mas também, em certa medida, a sua distribuição geográfica. Ainda, notam-se, de forma muito minoritária, algumas perspectivas transdisciplinares que merecem ser destacadas devido à natureza do mito, como será visto adiante.

Os estudos literários recorrem à literatura correspondente na sua disciplina que se refere aos estudos do mito enquanto narrativa recorrente e fundante da cultura literária, oriunda da oralidade e desenvolvida ao longo do processo civilizatório, mantendo-se nas narrativas escritas e, posteriormente, nas narrativas audiovisuais, agora já formatadas para as mídias digitais. Chama a atenção o fato de três artigos da área de Linguística, Linguagem e Literatura, publicados por pesquisadores russos, terem por objeto a poesia e literatura russa e recorrerem ora à abordagem da Semiótica da cultura desenvolvida naquele país por Michail Bakhtin e Iuri Lotman, ora à escola formalista russa de Vladimir Propp.

Na mesma perspectiva disciplinar e geográfica, artigos que tratam do fenômeno da construção narrativa da cultura, referindo-se a mitos de identidade nacional e étnica, publicados por pesquisadores estadunidenses referem-se aos estudos de Fredrik Barth e sua discussão sobre fronteiras étnicas e mitos de origem por um lado, e às reflexões de Benedict Anderson sobre as “comunidades imaginadas” por meio de narrativas que se constroem nas mídias sociais por outro.

Alguns autores fundamentais, expostos na introdução teórica deste artigo, são recorrentes no estudos em Ciências Sociais e em Comunicação, sobretudo ao se tratar do objeto midiático em si: Roland Barthes e suas mitologias midiáticas, Edgar Morin e o mito como forma de reencantamento e poetização da cultura, Michel Maffesoli e sua perspectiva sociológica do mito como cimento social aparecem mais de uma vez. Também Lévi-Strauss aparece

como uma forte referência para os estudos estruturais do mito nas Ciências Sociais e em algumas abordagens transdisciplinares. Em Comunicação, para entender o fenômeno midiático de construção social de novas mitologias, Nick Couldry (2015) é referência em um artigo, com a proposta de um novo mito midiático: o “mito do nós” no qual novos tipos de instituições – as empresas de mídia social e aquelas que se beneficiam de seus dados – precisam dele para se manter, e continuam a se manter porque nos dizem que todos nós devemos estar conectados. Fala-se também em “jornada do herói” e em “arquetipos” com referência a Jung e Campbell enquanto influentes autores para a construção narrativa audiovisual, tanto de *games* como de filmes e séries.

Por fim, a abordagem psicanalítica freudiana aparece muito pouco, mas é citada em um artigo da área de Psicologia cuja perspectiva merece um olhar mais atento, a seguir, junto com mais dois estudos de caráter transdisciplinar.

### **Mito como objeto de reflexão de tendência transdisciplinar**

O primeiro artigo identificado nessa tendência é escrito por duas psicólogas clínicas também pesquisadoras em psicologia clínica e psicopatologias. Pretende enfrentar a questão contemporânea da chamada “pós-verdade” lançando mão de teorias da cultura (Lyotard, 1979) teorias do videogame e da realidade virtual (Virole, 2003; Tisseron et al., 2013), teorias psicanalíticas (Freud, 1982; Lacan, 1971, Winnicott, 1983) e teorias filosóficas (Taguieff, 2006; Revault d’Allones, 2018; Ferraris, 2019) para mostrar que o estatuto da verdade, no contexto da produção em massa das chamadas *fake news*, é dominado pelo que as autoras chamam de “ficcionalização da verdade”. A análise repousa sobre as transformações do valor do mito na sociedade, que deixa de ser estruturante da cultura em sua natureza ambígua e oscilante, para se tornar superficialmente factual: opera-se uma mitificação dos fatos e uma construção de discursos ficcionais convincentes por meio do *storytelling*. Nesta forma de contar histórias, o que importa não é a verdade dos fatos mas o poder de convencimento da narrativa



e sua correspondente carga emocional. O novo “mito de verdade” é uma construção paranoica, “definitiva e fechada sobre si mesma, que reivindica ser portadora da verdade única” (Troubé & Guénoun, 2020, p. 172). Este artigo apresenta a vantagem de avançar na teorização sobre o valor do mito na sociedade pós-moderna.

O segundo artigo, escrito por dois pesquisadores, um da área de Estudos Urbanos em Vancouver (Canadá) e o outro da Harvard Business School em Boston (EUA), trata das bolhas financeiras e faz uma analogia entre a Jornada do herói (Campbell, 2008) e os preços dos ativos nos mercados financeiros. A análise elabora um conjunto de leituras da teoria do mito e dos modelos narrativos da cultura, costurando a perspectiva estrutural do mito em Lévi-Strauss (1958) com o modelo actancial da narrativa de acordo com Greimas (1986) e a teoria do ator-rede de Latour (1987). Trata-se de um olhar holístico, segundo os autores, que busca identificar “uma estrutura subjacente aos padrões de comportamento humano que criam novas crises financeiras, apesar da consciência histórica das anteriores” (Balaescu & Jain, 2018, p.2). Apresentam uma análise de mitos e a organização de suas narrativas em torno de um herói central, justapondo sua jornada mítica com a evolução do preço dos ativos durante uma bolha financeira. Desta forma, os autores pretendem não se limitar aos fatores econômicos e ao comportamento do mercado, mas dar um significado concreto a essa linguagem e vinculá-la aos processos sociais e culturais. A conclusão “sugere uma metodologia para interpretar as narrativas embutidas nos dados da mídia social à medida que o preço do ativo relacionado evolui em sua jornada” (Balaescu & Jain, 2018, p.5). Desta forma, seria possível identificar previamente bolhas financeiras em formação.

Por fim, pesquisadores do Departamento de Física de Ponta Grossa (Brasil) e do Instituto de Sistemas Complexos e Biologia matemática em Aberdeen (Reino Unido) trabalham juntos em uma pesquisa de análise de rede que visa a identificar o enredo mitológico da Odisseia de Homero (Miranda, Batista & De Souza Pinto, 2018). Para isso, usam quantificadores estatísticos comuns para classificar a rede como real ou fictícia e incluem uma análise de comunidades que permitem ver como as propriedades de rede emergem. Partem do princípio de que os conceitos fundamentais da teorias das redes

complexas podem ser aplicados a problemas que podem surgir em muitas áreas de estudo, incentivando assim abordagens multidisciplinares na resolução de problemas complexos. Embora não haja nenhum desenvolvimento de teorias existentes sobre o mito no artigo, a metodologia empregada aponta para novas possibilidades de abordagens e tratamento dos enredos míticos.

## **Conclusão**

Enquanto forma narrativa, o mito é um objeto transdisciplinar, ou seja, sua realidade atravessa as disciplinas, não é objeto central de nenhuma delas, mas pode ser objeto de qualquer uma. Por isso, encontramos as palavras mito e mitologia nos termos indexadores de todas as áreas do conhecimento, ainda que, em algumas, mais raramente que em outras.

Embora o mito se apresente como objeto transdisciplinar, ele não é percebido desta forma pela maioria dos cientistas que fazem uso do termo em suas palavras chave. O resultado mais evidente desta pesquisa é a pouca atenção dada ao mito enquanto objeto teórico. O senso comum sobre o mito prevalece nas pesquisas e o fato de uma quantidade significativa de artigos escolherem a palavra “mito” como palavra chave ou parte do título denota uma notável preocupação com as distorções entre aquilo que a ciência considera verdadeiro e aquilo que ela denomina “mito” e circula nas redes sociais: as crenças em boatos e rumores, mas também as notícias falsas. Observa-se porém que se por um lado o trabalho para reduzir notícias falsas, desinformação, rumores e boatos prejudiciais à saúde e ao bem-estar social é legítimo e necessário, por outro, confundir o fenômeno da chamada desinformação ou má informação com os efeitos do mito é um problema não apenas teórico e metodológico, mas sobretudo um problema epistemológico.

Quando pesquisadores das Ciências da Saúde nomeiam o mito para designar narrativas falsas que circulam e são disseminadas nas mídias sociais a respeito de determinadas doenças, tratamentos ou sintomas, o entendem como uma narrativa prejudicial à sociedade por não ser fundamentada em verdade científica. Nesses casos, o mito não é uma categoria científica pensada

enquanto tal pelas Ciências da Saúde. De acordo com a organização disciplinar vigente, isso caberia às teorias literárias (mito como narrativa simbólica), à Antropologia ou Etnologia (mito como narrativa de origem de um povo, de uma nação ou como estrutura sustentadora de ritos), à Psicologia ou à Teoria Psicanalítica (mito como parte da formação psíquica, etc.), às Religiões (Mito como narrativa do sagrado), às Artes (mito como fonte de imagens, imaginários e criatividade) ou, ainda, à Comunicação (Mito como forma narrativa fonte de imagens e imaginários midiáticos). Sendo assim, seria preciso empreender um trabalho interdisciplinar para compreender o fenômeno da criação de narrativas falsas a respeito de um objeto científico, do ponto de vista da Comunicação e da Psicologia para que as Ciências da Saúde pudessem enfrentar a questão valendo-se do saber das outras áreas e elaborar metodologias mais eficientes de enfrentamento dessas narrativas.

A organização disciplinar do conhecimento, dominante nas bases científicas estudadas neste artigo, não favorece olhares transversais e metapontos de vista. Tais olhares existem, porém permanecem isolados, dependentes de iniciativas desviantes do paradigma disciplinar, que abordam o mito em sua polissemia, sua ambiguidade e naquilo que o caracteriza melhor: sua vocação a estruturar a relação entre o mundo físico e imaginário, entre realidade e desejo, entre ciência e ficção, e outras dualidades oriundas da ilusão racional.

Por fim, são duas as conclusões epistemológicas desta Revisão de Escopo. 1) É preciso investigar as mídias digitais e, a partir da observação das características do fenômeno, pensar a noção de verdade disseminada entre as ciências a fim de retomar as discussões epistemológicas sobre o paradigma e a verdade; 2) As Ciências Sociais calcadas em uma concepção positiva da realidade observável e supostamente objetiva necessitam retomar o estudo da sombra, voltar-se para o *mythos* e não exclusivamente para o *logos* a fim de dialogar e contribuir com as chamadas ciências da vida (nomeadamente a Física e a Biologia) que já estão indo nessa direção. Como visto na introdução deste artigo, o século XX forneceu fundamentações teóricas sólidas que precisam ter continuidade e não serem abandonadas.

## Referências

- Appel, M., Schreiner, C., Weber, S., Mara, M., & Gnambs, T. (2016). Intensity of Facebook use is associated with lower self-concept clarity. *Journal of Media Psychology*, 30(3), 160-172. Recuperado de <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000192>
- Baitello Jr, N. (2000). *As imagens que nos devoram* [Conferência]. SESC/SP Encontro Imagem e Violência, São Paulo, Brasil.
- Balasescu, A. e Jain, A. (2018). Financial bubbles and their magic: asset price as a heroic journey in the financial markets. *The Journal of Philosophical Economics: Reflections on Economic and Social Issues*, XII(1), 1-35. Recuperado de <https://ideas.repec.org/a/bus/jphile/v12y2018i1n1.html>
- Barros, A. T. M. P. (2009). A saia de Marilyn : Do arquétipo ao estereótipo nas imagens midiáticas. *E-compós*, 12(1), 1-17. Recuperado de <https://doi.org/10.30962/ec.365>
- Barthes, R (1977) Rhetoric of the image. En Heath, S. (Ed.), *Image-Music-Text*. (pp. 32-54). New York: Hill and Wang.
- Barthes, R (1984) Myth today. En Lavers, A. (Ed.), *Mythologies*. (pp. 2-26) New York: Hill and Wang.
- Barthes, R. (2001). *Mitologias*. Bertrand Brasil.
- Baudrillard, J. (1991). *Simulacro e simulação*. Relógio d'água.
- Benjamin, W. (2013). *Escritos sobre mito e linguagem*. Editora 34.
- Campbell, J. (1997). *O herói de mil faces*. Pensamento.
- Contrera, M. (2015). Zumbis, vampiros e seres da cultura mediática. *Líbero*, 18(36), 9-14.
- Couldry N. (2015b). The myth of “us”: Digital networks, political change and the production of collectivity. *Information, Communication & Society*, 18(6), 608-626. Recuperado de [10.1080/1369118X.2014.979216](https://doi.org/10.1080/1369118X.2014.979216)
- Denyer, D., & Tranfield, D. (2009). Producing a systematic review. En Buchanan, D. (Ed.), *The Sage Handbook of Organizational Research Methods* (pp. 671-689). Sage.
- Durand, G. (2002). *As estruturas antropológicas do imaginário*. Martins Fontes.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.
- Eliade, M. (1972). *Mito e realidade*. Perspectiva.
- Ferraris, M. (2019). *Postvérité et autres enigmes*. Presses universitaires de France, Paris.
- Ferraz, L., Pereira, R. P. G. & Pereira, A. M. R. C. (2019). Tradução do Conhecimento e os desafios contemporâneos na área da saúde: uma revisão de escopo. *Saúde debate* 43(spe2), 200-216. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/0103-11042019S215>
- Field, S. (2001). *Manual do roteiro*. Objetiva.

- Fonseca, P., Couto, R., Melo, C., Amorim, L. & Pessoa, V. (2018). Uso de redes sociais e solidão: evidências psicométricas de escalas. *Arquivos Brasileiros de Psicologia*, 70 (3), 198-212.
- Freud, S. (1982). *Psychologie collective et analyse du moi*. Paris: Payot.
- Genette, G. (1972). *Figures III*. Seuil.
- Greimas A. J. (1986). *Sémantique structurale*, Paris: Presse Universitaire de France.
- Greimas, J. A. (1970). *Du sens. Essai sémiotique*. Seuil.
- Jenkins, H. (2008). *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph.
- Journal Info. (n.d.). *JB I Evidence Synthesis*. Recuperado de: <https://journals.lww.com/jbisrir/pages/aboutthejournal.aspx>
- Jung, C. G. (1975). *Memórias, sonhos e reflexões*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Jung, C.G. (2000). *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Vozes.
- Kamper, D. (2016). *Mudança de horizonte. Um sol novo a cada dia*. Paulus.
- Lacan, J. (1971). *Liturattère. Littérature* 3, pp. 3-10.
- Latour, B. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society*. Milton Keynes: Open University Press.
- Lévi-Strauss, C. (1958) *Anthropologie structurale*. Paris: Plon.
- Lytard, J. F. (1979). *La condition post-moderne : rapport sur le savoir*. Paris: Éditions de Minuit.
- MacGregor, S., Cooper, A., Coombs, A. DeLuca, C. (2020). A scoping review of co-production between researchers and journalists in research communication. *Heliyon*, 6(9), 1-9. Recuperado de <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04836>
- Macvean, M., Shlonsky, A., Mildon, R., & Devine, B. (2017). Parenting interventions for indigenous child psychosocial functioning: A scoping review. *Research on Social Work Practice*, 27(3), 307-334. Recuperado de <https://doi.org/10.1177/1049731514565668>
- Mayate, M. E., & Blas, E. S. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a las redes sociales. *Liberabit*, 20(1), 73-91.
- Méa, C. P. D., Biffe, E. M., & Ferreira, V. R. T. (2016). Padrão de uso da internet por adolescentes e sua relação com sintomas depressivos e de ansiedade. *Psicologia Revista*, 25(2), 243-264.
- Miranda, P.-J., Baptista, M.S., de Souza Pinto, S.E. (2018). The Odyssey's mythological network. *PLoS ONE* 13(7): e0200703. Recuperado de <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200703>
- Morin, E. (1961). *The stars*. Library of congress catalog.
- Munn, Z., Peters, M. D. J., Stern, C., Tufanaru, C., McArthur, A., & Aromataris, E. (2018). Systematic review or scoping review? Guidance for authors when choosing between a systematic or scoping review approach. *BMC Medical*

- Research Methodology*, 18(1),143. Recuperado de <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0611-x>
- Peters, M.D.J., Godfrey, C., McInerney, P., Munn, Z., Tricco, A.C., Khalil, H. Chapter 11: Scoping Reviews (2020). En Aromataris, D. & Munn, Z. (Eds), *JBI Manual for Evidence Synthesis*, JBI. Recuperado de <https://doi.org/10.46658/JBIMES-20-12>
- Propp, V. (2001). *Morfologia do conto maravilhoso*. Copymarket.
- Revault d'Allones, M. (2018). *La faiblesse du vrai*. Paris: Le Seuil.
- Taguieff, P.-A. (2006), *L'imaginaire du complot mondial. Aspects d'un mythe moderne*. Paris: Fayard/Mille et une nuits.
- Tisseron, S., Virole, B., Givre, P., Tordo, F., Triclot, M., & Leroux, Y. (2013). *Subjectivation et empathie dans les mondes numériques*. Paris: Dunod.
- Todorov, T. (1980). *Introduction à la littérature fantastique*. Seuil.
- Troubé, S. Guénoun, T. (2020). Post-vérité, complots, fake news : D'une fictionnalisation de la vérité au mythe de la facticité. *Cahier de Psychologie Clinique*, 2020(55),165-184. Recuperado de <https://doi.org/10.3917/cpc.055.0165>
- Vernant, P. (1990). *Mito e pensamento entre os gregos*. Paz e Terra.
- Virole, B. (2003). *Du bon usage des jeux vidéo et autres aventures virtuelles*. Paris: Hachette littératures.
- Vogler, C. (1998). *A jornada do escritor. Estruturas míticas para escritores*. Nova Fronteira.
- Von Franz, M. L. (1985). *A sombra e o mal nos contos de fadas*. São Paulo: Paulus.
- Winnicott, D.-W. (1983). *De la pédiatrie à la psychanalyse*. Paris: Payot.
- Wulf, C. (2016). Aprendizagem cultural e mimese: jogos, rituais e gestos. *Revista Brasileira de Educação*, 21(66), 553-568. Recuperado de <https://doi.org/10.1590/S1413-24782016216629>