



MODOS DE APRESENTAÇÃO DE AFRODITE NO CINEMA

Gabriela Mion Ferreira¹, Leticia Sipert de Souza², Thiara Lety Soares Stivari Socolovithc³

¹Acadêmica do Curso de Comunicação e Multimeios, UNICESUMAR, Campus Maringá-PR. Programa Voluntário de Iniciação Científica da UniCesumar - PVIC/UniCesumar. ra-20067758-2@alunos.unicesumar.edu.br

²Acadêmica do Curso de Comunicação e Multimeios, UNICESUMAR, Campus Maringá-PR. leticias21085312-2@alunos.unicesumar.edu.br

³Orientadora, Docente do Curso Comunicação e Multimeios, UNICESUMAR. thiara.stivari@unicesumar.edu.br

RESUMO

O presente trabalho é uma análise de mitocrítica que busca compreender formas de representação do mito de Afrodite no cinema. A mitocrítica de Durand é um método usado para examinar minuciosamente as manifestações do mito em uma obra, sendo mais do que uma simples análise, consegue-se identificar de que forma esse mito foi trabalhado, quais: desejos, impulsos, modelos de consciência, medos, aspirações, etc. podem ser percebidos. A partir disso analisa-se quais são as formas padrões de repetição e redundância dos personagens de filmes podem se aplicar à figura de Afrodite. Jung foi um dos maiores contribuintes no estudo dos arquétipos, os trazendo como modelos complexos que habitam no inconsciente coletivo derivados dos padrões de relação que nossos ancestrais tiveram com esses arquétipos. Sendo assim, o arquétipo é uma idealização de um padrão ou modelo ligado à essência humana, podendo conter vários aspectos diferentes no mesmo. A figura de Afrodite (Vênus para os romanos) nas narrativas de Hesíodo e Homero possui nascimento distinto, porém ainda é consistente que a deusa do amor se desdobra em modelos de: sensualidade, amor erótico, beleza, vaidade, esperteza, infidelidade entre outros, essas narrativas são retomadas em diversas obras de arte na história da cultura ocidental, a mais famosa a obra do nascimento da Vênus de Sandro. Os arquétipos e mitos são promotores de sentido, eles precedem ao próprio surgimento da linguagem humana. A escrita e produções audiovisuais, como o cinema e a publicidade, utilizam amplamente de sua estrutura narrativa para criação de uma história que ativa o imaginário coletivo de uma sociedade, ela se torna a partir daí um ponto de desejo ou identidade dos espectadores. O termo para a estrutura mítica nos meios de comunicação pode ser chamado de "mitos da mídia", "criados a partir de uma estética do estereótipo e da produção em série, com o objetivo de incentivar o consumo em massa". Esses personagens e personalidades explorados pela indústria cultural importam da estrutura arquetípica para serem tratados em "temas míticos ou romanescos". Desta maneira o objetivo do projeto visa compreender a como alguns filmes, entre eles: "Como agarrar um milionário" de Jean Negulesco, "Cleópatra", Joseph L. Mankiewicz, "Barbarella" de Roger Vadim, "Mulheres Perfeitas" de Fraz Oz e "Dogville", podem evocar o mito da deusa Afrodite/Vênus. A metodologia permite assim compreender as fórmulas visuais e as estruturas narrativas que reativam o mito em função do ideal de beleza e sensualidade feminina difundida em cada produção.

PALAVRAS-CHAVE: Afrodite; Cinema; Mitocrítica.