

DOI: <https://doi.org/10.30749/2594-8261.v3n1p115-145>

**OS MITOS DO CINEMA:
UMA ANÁLISE CONTRASTIVA DA LINGUAGUEM IMAGÉTICA
CINEMATOGRAFICA, À LUZ DA PSICOLOGIA ANALÍTICA DE JUNG, QUANTO
AO ESTUDO DOS ARQUÉTIPOS**

***THE MYTHS OF THE CINEMA: A CONTRASTIVE ANALYSIS OF
CINEMATOGRAPHIC IMAGING LANGUAGE, IN THE LIGHT OF ANALYTIC
PSYCHOLOGY OF JUNG, AS TO THE STUDY OF THE ARCHETYPES***

Albertina Maria Anastácio*

RESUMO: O presente texto é fruto do estudo da linguagem cinética nos tempos hodiernos, à luz da teoria dos arquétipos, um dos pilares de sustentação da psicologia analítica de Carl Gustav Jung. O trabalho é desenvolvido em 3 (três) divisões. A primeira tem o escopo de analisar, de forma qualitativa, a linguagem do cinema. Em segunda linha, são demonstrados os elementos essenciais da psicologia analítica, desenvolvida por Jung, em contrapartida à psicanálise de Freud, onde se busca clarear a teoria dos arquétipos, como símbolos da psique, realizando um liame com os mitos do cinema. No intuito de conceder aplicabilidade à temática, o trabalho busca balizar em um último segmento, o estudo de alguns arquétipos do cinema nacional, em especial, o negro, que hoje tem estado presente ao lado da cultura afro, de forma marcante na cinematografia brasileira; além de serem expostos alguns casos exemplificativos de arquétipos cinematográficos dos filmes nacionais, de longa-metragem, primando pelas respostas quanto a relevância desses mitos do cinema nacional, como forma de linguagem cinética universal.

Palavras-chave: Linguagem Cinematográfica. Psicologia Analítica. Jung. Teoria dos Arquétipos. Cinema Brasileiro.

ABSTRACT: The present text is the fruit of the study of kinetic language in modern times, in the light of the archetypal theory, one of the pillars of support of the analytical psychology of Carl Gustav Jung. The work is developed in 3 (three) divisions. The first one has the scope of analyzing, in a qualitative way, the language of cinema. In the second line, the essential elements of analytical psychology developed by Jung, in counterpart to Freud's psychoanalysis, are demonstrated, in which the theory of archetypes is clarified as symbols of the psyche, making a connection with the myths

* Doutoranda em Bioética, Ética Aplicada e Saúde Coletiva do Programa de Pós-Graduação em Associação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), Universidade Federal Fluminense (UFF), Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e Fundação Oswaldo Cruz (FIOCRUZ). Mestre em Justiça Administrativa (Direito e Economia) - Mestrado Profissional, pela Universidade Federal Fluminense (UFF) e Mestre em Economia Empresarial, pela Universidade Cândido Mendes (UCAM). Pós-graduada (lato sensu) em Direito Tributário, Didática de Ensino Superior, Direito Processual Civil, pela Universidade Estácio de Sá (UNESA) bem como Pós-graduada (lato sensu) em Economia Empresarial pela Universidade Cândido Mendes (UCAM).

of cinema. With the aim of granting applicability to the theme, the paper seeks to highlight in a last segment the study of some archetypes of national cinema, in particular, the black one that today has been present alongside afro culture, in a remarkable way in Brazilian cinematography; in addition to being exposed some exemplary cases of cinematically archetypes of national films, feature films, emphasizing the answers as to the relevance of these myths of national cinema, as a form of universal kinetic language.

Keywords: Cinematographic Language. Analytical Psychology. Jung. Theory of Archetypes. Brazilian Cinema.

1 INTRODUÇÃO

Por que ir ao cinema ao invés de ler um livro ou ouvir uma música?

Na realidade, as obras de arte alcançam os nossos sentimentos, além das nossas mentes. É como se acordasse o verdadeiro “eu” que existe em cada um de nós.

A preferência, muitas vezes, recai sobre o cinema por estar muito atrelado aos nossos sentimentos e por que não, ao nosso estado de espírito? Sim, em muitas ocasiões queremos assistir a um filme de ação; noutras, apenas a um romance ou mesmo a uma comédia para nos deixar mais alegres. Dessa feita, atrelamos as obras de arte à mente humana.

A escultura ou a pintura de um museu, a sintonia de uma música, o filme, tudo isso participa da mente evolutiva humana, no seu processo de criação.

Franz e Hillman (2016) apontam o sentimento como o elo entre o sujeito e o objeto, entre o sujeito e os conteúdos da psique.

[...] Portanto, para resumir, o sentimento estabelece relações entre o sujeito e o objeto, entre o sujeito e os conteúdos da sua psique- na forma de valores – e entre o sujeito e a sua própria subjetividade – na forma de uma carga emocional e de seu estado de espírito gerais. Como processo, o sentimento requer tempo, mais do que é necessário à recepção. Tal como o pensamento, ele deve organizar racionalmente as percepções a fim de julgá-las; ele difere do pensamento porque julga por meio de valores. Quanto mais diferenciado e rico esse conjunto de valores, tanto mais lento pode ser o processo do sentimento. (O mesmo ocorre com o pensamento: quanto mais diferenciado o mundo ideacional, tanto mais vagarosa pode ser a apresentação final de um novo pensamento). Ao fazer julgamentos, a função sentimento pesa valores, compara nuances e qualidades, avalia a importância dos elementos e toma decisões em torno dos valores que descobre. Essa função, num nível mais primitivo, é essencialmente uma reação do tipo “sim-não”, gostar-desgostar, aceitar-rejeitar. À medida que ela se desenvolve, forma-se em nós uma apreciação sutil de valores e até de sistemas de valores, e vossos julgamentos via sentimento se apoiam cada vez mais numa hierarquia racional, seja no domínio do gosto estético ou da ética, das formas sociais ou das relações humanas. Embora não sejam lógicos, esses sistemas de valores e os julgamentos dele derivados são racionais. A função sentimento desenvolvida é a razão do coração, que a razão da mente não compreende muito bem. (FRANZ; HILLMAN, 2016, p. 144-145).

Quando pensamos na cinematografia, é preciso reconhecer a sua importância, por exemplo, em contar a história, por meio dos seus documentários, mormente os de guerras. Por outro lado, deve ser ressaltado, que muitas vezes o cinema nos leva a viajar nos sonhos e através de personagens e de seus mitos. Assim, existe uma identificação psicológica com determinados personagens, os aclamados mitos do cinema.

Este trabalho pretende demonstrar em 03 (três) partes a relevância dos arquétipos, na forma de linguagem imagética do cinema. A primeira parte trata da linguagem cinematográfica; a segunda, analisa à luz da psicologia analítica de Jung o estudo da teoria dos arquétipos e a terceira busca levar o estudioso a vislumbrar alguns arquétipos do cinema nacional.

O objetivo do presente trabalho não é esgotar a temática, mas apenas servir de supedâneo para uma reflexão dos mitos cinematográficos, à luz da psicologia junguiana, no âmbito do cinema brasileiro.

2 METODOLOGIA

A metodologia adotada para a presente pesquisa é exploratória e qualitativa, com o condão de testar em que medida os mitos do cinema influenciam a psique. Como áreas de enfoque de estudo, é possível citar, essencialmente, as áreas de letras, filmografia, psicologia e arte, o que enseja uma bibliografia diversificada e abrangente. Quanto às escolas de pensamento, importa explicitar que a investigação será fundada no método da teoria de psicologia analítica, de Carl Gustav Jung.

Foram utilizadas como fontes de investigação as primárias e as secundárias. As fontes primárias se constituem na análise da filmografia brasileira, com a verificação de filmes inéditos e a observação de seus arquétipos, como instrumentos de influência na psicologia. Por seu turno, as fontes secundárias, consistem na bibliografia internacional sobre o tema.

Foi desenvolvido um estudo exploratório em filmografia nacional, buscando por filmes de longa-metragem nacionais, que apresentassem arquétipos significativos

para a psicologia do indivíduo, tendo sido pesquisados em diversos seguimentos cinematográficos: suspense, drama, comédia, romance, dentre outros.

Na pesquisa na *internet*, foram utilizadas palavras-chaves de pesquisa, tais como: “negro e cinema”; “musa e cinema”; “arquétipos nacionais” e o que mais se ofereça. Foram assistidos mais de 25 (vinte e cinco) filmes nacionais, apontados nas pesquisas, que abordavam a problemática, tendo sido selecionados para o trabalho alguns desses.

3 RESULTADOS

A presente pesquisa tem por escopo discutir o uso de arquétipos (fantasias ou mitos) como forma de comunicação cinética na contemporaneidade. Após análise da temática por meio de documentos (método qualitativo) e filmografia, foram verificados os seguintes resultados:

3.1 O Novo Conceito de Linguagem Cinematográfica

A presente pesquisa demonstra que na linha do tempo, houve uma mudança na concepção de linguagem cinematográfica, que além de ser verbal, transforma-se também, em uma linguagem cinética, considerando o aspecto fílmico. Existem 03 (três) aspectos relevantes observados: a universalidade da linguagem cinematográfica; a concretude da cinematografia e a onipresença da filmografia, considerando que o filme apresenta cenas que muitas vezes ocorrem em vários lugares ao mesmo tempo.

3.2 Os Mitos do Cinema como Arquétipos do Inconsciente Coletivo

Segundo Jung, conhecemos o nosso inconsciente e nos comunicamos com ele, através dos símbolos. Assim, são analisados diversos arquétipos, como mitos de fantasias veiculados, como linguagem visual no cinema brasileiro. Deve ser ressaltado que o cinema tanto consiste em veiculação de comunicação de massas, quanto viabiliza as comunicações culturais de uma sociedade.

3.3 A Linguagem Cinética do Arquétipo Herói na Cinematografia Nacional

Joseph Campbell (1997), em seu livro “O Herói de Mil Faces”, desenha a personalidade do herói moderno, marcado pela coragem em enfrentar o sofrimento.

O herói moderno, o indivíduo moderno que tem a coragem de atender ao chamado e empreender a busca da morada dessa presença, com a qual todo o nosso destino deve ser sintonizado, não pode – e, na verdade, não deve esperar que sua comunidade rejeite a degradação gerada pelo orgulho, pelo medo, pela avareza racionalizada e pela incompreensão santificada. “Vive”, diz Nietzsche, “como se o dia tivesse chegado.” Não é a sociedade que deve orientar e salvar o herói criativo; deve ocorrer precisamente o contrário. Dessa maneira, todos compartilhamos da suprema provação – todos carregamos a cruz do redentor -, não nos momentos brilhantes das grandes vitórias da tribo, mas nos silêncios do nosso próprio desespero. (CAMPBELL, 1997, p. 195).

Pela análise da filmografia nacional, verifica-se que os heróis brasileiros não são seres intergalácticos, e sim pessoas de nossa própria História, que se deparam diariamente com desafios e que para vencê-los, deverão ter um esforço sobre-humano.

4 DISCUSSÃO SOBRE OS MITOS DO CINEMA: UMA ANÁLISE CONTRASTIVA DA LINGUAGEM IMAGÉTICA CINEMATOGRAFICA, À LUZ DA PSICOLOGIA ANALÍTICA DE JUNG, QUANTO AO ESTUDO DOS ARQUÉTIPOS

O presente estudo será desenvolvido em 03 (três) partes: a primeira enfoca a linguagem imagética do cinema; a segunda, traz aspectos relevantes sobre a psicologia analítica, segundo Jung e a teoria dos arquétipos, bem como a terceira, de forma aplicada, analisa diversos arquétipos na cinematografia nacional.

4.1 Parte 1: A Linguagem Imagética do Cinema

Inicialmente, cumpre ressaltar que malgrado o cinema seja um meio de expressão artística, a linguagem cinematográfica, não se utiliza da linguagem verbal

como forma de expressão dessa modalidade artística, por ser um novo meio de expressão; uma linguagem diferente do teatro e da literatura.

Pela linguagem, é possível explicar pensamentos, transmitir ideias, dentre outros, através de símbolos. Não importa se a linguagem cinematográfica traduz símbolos abstratos e intocáveis.

Antigamente, a linguagem visual era expressa, apenas na escultura e pela pintura, Agora, existe o cinema, que consagra a linguagem das imagens, como forma metafórica de expressão artística.

Lischi (2007), no livro de Gelson Santana, “Cinema: Comunicação e Audiovisual”, ao refletir sobre o estágio atual da pintura, contrapõe, por parte do espectador em assistir a um filme, em relação à observação de uma pintura num museu.

Um dado entre os mais significativos é que diante destas videopinturas o espectador se detém ao longo de toda a duração do desenvolvimento temporal da obra, contrapondo-se assim à episodicidade e ao caráter de trânsito, da duração escolhida individualmente, da visão de um quadro em um museu. Aqui, a representação do quadro por parte de atores, mais uma vez, se dilata e impõe uma fruição atenta também aos microgestos, à mímica dos rostos à passagem de vibrações luminosas. (LISCHI, 2007, p. 74).

Exemplificando essa visão metafórica da linguagem cinética, convém lembrar João Lanari Bo, que ao comentar sobre Ozu Yasujiro, diretor e grande intérprete da classe média japonesa, esclarece a técnica de linguagem cinematográfica utilizada por Ozu, pelas seguintes palavras:

[...] Para Ozu, as histórias de vida e morte, rancores e decepções, as transições e emoções que interferem na vida de todos nós, não são banais. São decisivas e marcantes, mas estão condenadas a habitar o círculo íntimo e indepassável das existências individuais. Trazer à tona essas minúsculas expressões e vivências é uma tarefa que somente poucos artistas iluminados logram realizar. Ozu é um deles e o uso que fez dos recursos das linguagens cinematográfica é exemplar do seu rigor. (BO, 2016, p. 90).

Nesse diapasão, o sentido da imagem tem que ser “lida” pelo seu destinatário, consoantes palavras de Aumont (2012):

Se a imagem contém sentido, este tem que ser “lido” por seu destinatário, por seu espectador: é todo o problema da interpretação da imagem. Todos sabem, por experiência direta, que as imagens, visíveis de modo aparentemente imediato e inato, nem por isso são compreendidas com facilidade, sobretudo se forem produzidas em um contexto afastado do nosso (no espaço ou no tempo, as imagens do passado costumam exigir mais interpretação). (AUMONT, 2012, p. 261-262).

Souza e Pereira (2011), ao refletirem sobre o que seria uma imagem, esclarecem que “Uma imagem no cinema começa a ser construída, na sua visibilidade, através da inserção de um personagem num lugar, num local que acaba por definir o seu cenário.” (2011, p. 49). Os mesmos autores ressaltam, ainda, o caráter da imagem, como um convite à visibilidade de uma história, não pela visibilidade, mas atingindo o invisível.

Pois a imagem pode ter esse caráter, ser um convite à visibilidade de uma história, de um personagem, fornecendo na sua ampla inserção sensível. Mas, a gente vai ver, é mais que isso, uma imagem mostra não apenas o invisível, mas também o intangível, o sopro do invisível, a sombra da presença do ausente. (SOUZA; PEREIRA, 2011, p. 50)

A nova concepção de linguagem cinematográfica aponta como característica principal, a universalidade. João Carlos Rodrigues, no livro “Cine Danúbio: Páginas de Reflexão sobre o Cinema Brasileiro”, relata que no cinema indiano, de Mumbai, por exemplo, a identificação do vilão é expressa nas cores de sua roupa ou em sua trilha sonora, diante da situação de que em algumas regiões não se fala o idioma hindi e a plateia é analfabeta.

Lembro de algo que li sobre o cinema indiano de Mumbai, que é também distribuído em partes do país onde não se fala o idioma híndi, e cuja plateia é em grande parte analfabeta funcional, impossibilitando o uso de legendas. A identificação do antagonista, ou seja, do vilão, já é expressa nas cores de sua roupa, na trilha sonora que o acompanha, e até no desenho das sobancelhas dos intérpretes. Se muda de comportamento, mudam as sobancelhas. É uma persona já contruída, com regras pré-estabelecidas, atrás da qual o ator se encaixa numa máscara. Assim, a comunicação se faz imediata poupando cenas dispensáveis. (RODRIGUES, 2014, p. 77)

Por seu turno, não se pode excluir a literatura do cinema, nem tampouco acreditar que a linguagem cinematográfica por ser fílmica, não é linguagem por não ser apenas na modalidade verbal, como antes alguns pensavam.

4.1.1 A Forma Fílmica e a Concretude

Como primeira questão a ser ponderada tem-se a concretude. Segundo David Bordwell e Kristine Thompson, no livro “Arte do Cinema: Uma Introdução”, a concretude expressa a forma da arte e nos faz enxergar os aspectos particulares da obra.

Se uma questão orientou nosso tratamento da forma estética, pode-se dizer que foi a *concretude*. A forma é um sistema específico de relacionamentos padronizados que percebemos numa obra de arte. Esse conceito nos ajuda a entender como até mesmo os elementos do que é normalmente considerado conteúdo, isto é, o tema ou ideias abstratas, desempenham funções específicas em qualquer obra. A maneira como vivenciamos um trabalho artístico também é concreta: enxergando as pistas nas obras, estruturamos expectativas específicas que são criadas, guiadas, postergadas, frustradas, satisfeitas ou desestabilizadas, ficamos curiosos, em suspense; ou somos pegos de surpresa; comparamos os aspectos particulares da obra com coisas que sabemos da vida e com convenções que encontramos na arte. (BORDWELL; THOMPSON, 2013, p. 139)

Carl Gustav Jung, em seu livro “A Natureza da Psique”, apregoa que a ciência, por si, é ineficaz para nos proporcionar uma imagem global do mundo.

[...] a ciência é um assunto que interessa somente ao intelecto, e que esta é apenas uma dentre várias funções psíquicas fundamentais e, por isso, não é suficiente para nos proporcionar uma imagem global do mundo. Para isso é necessário pelo menos uma outra função, o sentimento. Este chega muitas vezes a convicções diferentes daquelas do intelecto, e nem sempre podemos provar que as convicções do sentimento são inferiores às do intelecto. Além disso, temos as percepções subliminares do inconsciente, de que o intelecto consciente não dispõe, e por isto são excluídas de uma visão geral do mundo. Deste modo temos toda a razão em atribuir apenas uma validade limitada ao nosso intelecto. Mas, quando trabalhamos com ele, devemos proceder cientificamente e permanecer fiéis a um princípio empírico, até que surjam provas irrefutáveis contra sua validade. (JUNG, 2013, p. 273)

Quanto à imaginação, Hugo Münsterberg, na obra “A Experiência do Cinema” (p. 25-49) ressalta para o aspecto subjetivo, além do objetivo.

Quando nos sentamos no teatro e vemos o palco em toda a sua profundidade, e observamos a movimentação dos atores, e deixamos a atenção vagar lá e cá, sentimos que as impressões detrás das luzes da ribalta são objetivas, ao passo que a atenção atua subjetivamente. As pessoas e as coisas vêm do exterior para o interior e o movimento da atenção faz o caminho inverso. [...] (MÜNSTERBERG, 2018, p. 33)

O mesmo autor traz à baila o significado psicológico, pela percepção da profundidade e do movimento, misturando-se à própria consciência.

Mas, usado em reserva artística ou com um certo pingço de exagero, de qualquer maneira, o significado psicológico é obvio. Demonstra de forma diversa o mesmo princípio estabelecido para a percepção da profundidade e do movimento, para os atos de atenção, memória e imaginação. O mundo objetivo molda-se aos interesses da mente. Eventos muito distanciados e impossíveis de serem fisicamente presenciados a um só tempo misturam-se diante dos olhos, tal como se misturam na própria consciência. Ainda acontece entre os psicólogos o debate sobre a capacidade da mente de ocupar-se de modo simultâneo de diversos grupos de ideias; alguns dizem que tudo o que se chama de divisão da atenção não passa na realidade de uma rápida alteração. Subjetivamente, todavia, a divisão é vivida como real. A mente é partida: ela pode estar lá e cá, aparentemente num mesmo até mental. Só o cinema é capaz de dar corpo a essa divisão inteira, a esta consciência das situações contrastantes, a este intercâmbio de experiências divergentes do espírito. (MÜNSTERBERG, 2018, p. 39)

O cinema mostra cenas que estão acontecendo em diversos lugares, de forma simultânea. Só o cinema é capaz de facultar essa onipresença.

4.1.2 A Intertextualidade dos Mitos

No passado, desde a Antiguidade, os mitos eram utilizados como figuras para explicar fenômenos e fatos sociais, a exemplo da mitologia. O próprio Jesus Cristo explicava ao povo, por meio de parábolas, utilizando-se de uma intertextualidade de mitos.

Jung (2016) apresenta o seguinte conceito para símbolo:

“[...] símbolo é um termo, um nome ou mesmo uma imagem que nos pode ser familiar na vida cotidiana, embora possua conotações especiais além do seu significado evidente e convencional. Implica alguma coisa vaga, desconhecida ou oculta para nós. [...]

Assim, uma palavra ou uma imagem é simbólica quando implica alguma coisa além do seu significado manifesto e imediato. Essa palavra ou esta imagem tem um aspecto “inconsciente” mais amplo, que nunca é precisamente definido ou inteiramente explicado. E nem podemos ter esperanças de defini-lo ou explicá-lo. Quando a mente explora um símbolo, é conduzida a ideais que estão fora do alcance da nossa razão.” (JUNG, 2016, p. 18).

Cumpramos observar que através dos mitos, são divulgadas as ideias associadas às imagens, o que faz surgir um novo conceito de intertextualidade. Jung (2003) esclarece que os mitos cosmogônicos buscam descrever o surgimento de processos e desenvolvimentos psíquicos em seu estado de inconsciência, influenciando, compulsivamente, a própria consciência.

[...] Os mitos cosmogônicos não descrevem o início absoluto do mundo, mas o surgimento da consciência como a segunda criação.

Os mitos descrevem processos e desenvolvimentos psíquicos. Como eles, enquanto ainda estão em estado inconsciente, se mostram inacessíveis a qualquer mudança arbitrária, têm uma influência compulsiva sobre a consciência como condições preexistentes. Esta influência não é abolida nem corrigida por qualquer condição ambiental. [...] (JUNG, 2003, p. 196)

Jung (2016) trabalha com uma analogia entre a nossa consciência e um automóvel que desaparece na esquina.

Quando alguma coisa escapa de nossa consciência, essa coisa não deixou de existir, do mesmo modo que um automóvel que desaparece na esquina não se desfez no ar. Apenas o perdemos de vista. Assim, como podemos, mais tarde, ver novamente o carro, também reencontramos pensamentos temporariamente perdidos.

Parte do inconsciente consiste, portanto, de uma profusão de pensamentos, imagens e impressões provisoriamente ocultos e que, apesar de terem sido perdidos, continuam a influenciar nossas mentes conscientes. (JUNG, 2016, p. 35)

Considerando a relevância da teoria da psicologia analítica, de Jung, urge refletir sobre a teoria dos arquétipos, à luz dessa teoria.

4.2 Parte II: A Psicologia Analítica, segundo Jung e a Teoria dos Arquétipos

Carl Gustav Jung, psiquiatra e psicoterapeuta suíço, desenvolveu a teoria da psicologia analítica, o grande marco divisor de águas da psicanálise de Freud. A psicologia analítica ou psicologia junguiana ou ainda, psicologia complexa é o resultado dos estudos de Jung, da psicanálise de Freud. Jung, malgrado ter sido um grande discípulo de Freud, inovou com a criação dessa psicologia analítica e rompeu a sua amizade com Freud, em 1914.

Mas, o que seria então a psicologia analítica Junguiana?

Trata-se de um ramo da psicologia, que apresenta conceitos específicos que modificaram o mundo ocidental, tais como, os conceitos de arquétipos, inconsciente coletivo e processo de individualização, pois, para Jung, a psicologia analítica é singular. Jung não concordava com o pensamento Freudiano de que todos os desejos do inconsciente tinham fundo sexual, pensamento esse que sustentava a psicanálise.

Jung (2013) ensina que a psicologia analítica, embora não seja a cosmovisão, essa poderá fornecer elementos importantes para a formação de uma.

Sob esta luz, a psicologia analítica é uma reação contra uma racionalização exagerada da consciência que, na preocupação de produzir processos orientados, isola-se na natureza e, assim, priva o homem de uma história natural e o transpõe para um presente limitado racionalmente que consiste em um curto espaço de tempo situado entre o nascimento e a morte. [...] Vivemos protegidos por nossas muralhas racionalistas contra a eternidade da natureza. A psicologia analítica procura justamente romper estas muralhas ao desencavar de novo as imagens fantasiosas do inconsciente que a nossa mente racionalista havia rejeitado. Estas imagens se situam para além das muralhas; fazem parte da *natureza que há em nós* e que aparentemente jaz sepultada em nosso passado e contra a qual nos entrincheiramos por trás dos muros da *ratio* (razão).[...] A primeira constatação é a de eu aquilo que se situa do lado de lá das muralhas é inconciliável com o que existe do lado de cá. Aqui se manifesta plenamente o problema da tradução em linguagem atual, ou talvez mesmo da criação de uma nova linguagem em geral. E isto já coloca o problema de uma cosmovisão – de uma cosmovisão que nos ajude a entrar em harmonia com o homem histórico que há em nós, de tal sorte que seus acordes profundos não sejam abafados pelos sons estridentes da consciência racional, ou a luz preciosa da consciência individual não se apague sob o peso das trevas espessas e infinitas da psique natural. [...]

Creio ter exposto com suficiente clareza minha afirmação de que a psicologia analítica não é uma cosmovisão, mas pode oferecer uma contribuição importante para a formação de uma. (JUNG, 2013, p. 338-339)

Uma das teorias que sustentam a psicologia analítica é a teoria dos arquétipos.

De acordo com Jung, a psique tem os lados consciente e inconsciente, sendo que esse último é subdividido em 3 (três) partes: o ego, o inconsciente pessoal e o inconsciente coletivo. O ego é a parte mais importante da consciência (o centro) e não da personalidade, conforme entendimento de Freud. O ego é a mente consciente e assim, apresenta aspectos objetivos, ou seja, conscientes, como por exemplo, as lembranças que um indivíduo pode ter e não os seus traumas ou angústias, que estariam no inconsciente pessoal. O *self* é o centro da mente e refere-se tanto à consciência quanto à inconsciência, mas ele é inconsciente, em sua maior parte. O inconsciente pessoal não é eliminado pelo inconsciente coletivo. Por sua vez, o inconsciente coletivo contém a herança psicológica e é o local da mente onde residem os arquétipos. Para Jung, o inconsciente é o repositório de todas as experiências humanas, como expressões dos sistemas vivos de reação e aptidões, perfazendo assim, na fonte dos instintos, expressos pelos arquétipos.

Isso também é fácil de compreender, tão logo se perceba que o inconsciente, enquanto totalidade de todos os arquétipos, é o repositório de todas as experiências humanas desde os seus mais remotos inícios: não um repositório morto – por assim dizer um campo de destroços abandonados – mas sistemas vivos de reação e aptidões, que determinam a vida individual por caminhos invisíveis e, por isso mesmo, são tanto mais eficazes. Mas o inconsciente não é, por assim dizer, apenas um preconceito histórico gigantesco; é também a fonte dos instintos, visto que os arquétipos não são mais do que formas através das quais os instintos se expressam. Mas é também da fonte viva dos instintos que brota tudo o que é criativo; por isto, o inconsciente não é só determinado historicamente, mas gera também o impulso criador – à semelhança da natureza que é tremendamente conservadora e anula seus próprios condicionantes históricos com seus atos criadores. Por isto, não admira que tenha sido sempre uma questão candente para os homens de todas as épocas e todas as regiões saber qual a melhor maneira de se posicionar diante destas determinantes indivisíveis. Se a consciência nunca se tivesse dissociado do inconsciente – acontecimento que se repete eternamente e que é simbolizado como queda dos anjos e

desobediência de nossos primeiros pais – este problema nunca teria surgido, nem tampouco a questão de adaptação às condições ambientais. (JUNG, 2013, p. 102).

Segundo Jung, esses modelos são universais, porque são os mesmos para todos os indivíduos e hereditários, porque são transmitidos entre gerações. Mas, cada indivíduo irá viver o arquétipo, segundo a sua mente, de acordo com a sua individualidade.

Jung utilizou o conceito de arquétipo em sua teoria, por acreditar que tais arquétipos míticos relativos a personagens universais representam motivos fundamentais em nossa experiência humana, desencadeando emoções profundas: “O inconsciente coletivo é constituído pela soma dos instintos e dos seus correlatos, os arquétipos. Assim, cada indivíduo possui instintos, possui também um conjunto de imagens primordiais.” (JUNG, 2013, p. 82). Dessa feita, o inconsciente coletivo é inerente aos arquétipos e não às experiências pessoais.

Deve ser ressaltado que Jung (2014) denomina as “imagens” de “imagens primordiais”.

“Imagens” expressam não só a forma da atividade a ser exercida, mas também, simultaneamente, a situação típica na qual se desencadeia a atividadeⁱ. Tais imagens são “imagens primordiais”, uma vez que são peculiares à espécie, e se alguma vez foram “criadas”, a sua criação coincide no mínimo com o início da espécie.” (JUNG, 2014, p. 85-86)

Em consonância com a psicologia analítica de Jung (2014), a fantasia criativa instrumentaliza essas imagens primordiais e é exatamente nessa área que se aplica o conceito de arquétipo, de forma específica.

Uma vez que tudo o que é psíquico, é pré-formado, cada uma de suas funções também o é, especialmente as que derivam diretamente das disposições inconscientes. A estas pertence a *fantasia criativa*. Nos produtos da fantasia tornam-se visíveis as “imagens primordiais” e é aqui que o conceito de arquétipo encontra uma aplicação específica. (JUNG, 2014, p. 86)

ⁱ Cf. [JUNG] Instinkt und Unbewusstes (Instinto e Inconsciente)

Nesse diapasão, os arquétipos são imagens que canalizam o material psicológico do indivíduo, direcionando aos mitos, formando as fantasias pessoais. Jung (2014) compara o arquétipo a um cristal, que pode ser grande ou pequeno ou mesmo variar de forma, permanecendo apenas o seu sistema axial invariável na sua estrutura geométrica. Os arquétipos também são variáveis, podendo ser de diversas espécies, com nomes variados, que até qualifica a sua aparência, mas não de forma estática. (JUNG, 2014, p. 87)

Jung distingue, ainda, os processos volitivos dos instintivos.

Outros conteúdos da consciência que podemos distinguir são os processos volitivos e os processos instintivos. Os primeiros são definidos como impulsos dirigidos, resultantes de processos aperceptivos cuja natureza fica à disposição do chamado livre-arbítrio. Os segundos são impulsos que se originam no inconsciente ou diretamente no corpo e se caracterizam pela *ausência de liberdade* ou pela *convulsividade*. (JUNG, 2013, p. 86).

O mesmo autor, no que tange aos processos aperceptivos, esclarece que esses processos podem ser dirigidos (racionais) e não dirigidos (irracionais), incluindo-se os sonhos nos processos irracionais, que se distinguem das fantasias, quanto à obscuridade de seus objetivos, embora tenha conteúdo da consciência.

Os processos aperceptivos podem ser *dirigidos* ou *não dirigidos*. No primeiro caso falamos de atenção, e, no segundo, de fantasias ou sonhos. Os processos dirigidos são racionais, os não dirigidos irracionais. Entre estes últimos se inclui o sonho como a sétima categoria dos conteúdos da consciência. Sob certos aspectos, os sonhos se assemelham às fantasias conscientes pelo fato de terem caráter irracional, não dirigido. Mas os sonhos se distinguem das fantasias na medida em que suas causas, seu curso e seu objetivo são obscuros, à primeira vista, para a nossa compreensão. Mas eu lhes atribuo a dignidade de categoria de conteúdo da consciência, porque são a resultante mais importante e mais evidente de processos psíquicos inconscientes que ainda estão penetrando no campo da consciência. [...] (JUNG, 2013, p. 86)

Jung (2014) acredita que mesmo que inexistissem provas da existência dos arquétipos, seria necessário inventá-los, como forma de impedimento da submersão em nosso inconsciente, dos nossos maiores valores. (JUNG, 2014, p. 99).

Existem os arquétipos negativos e os positivos. Como exemplo de arquétipos negativos, é possível citar o arquétipo, calcado no complexo de Édipo, em que o filho disputa a atenção do pai ou da mãe e como arquétipos positivos, esses podem ser exemplificados pelos símbolos do sábio, rei, guerreiro, dentre outros. Os arquétipos positivos estão dentro do inconsciente coletivo de todos os indivíduos.

Nesse condão, diante dos arquétipos negativos, Malloy, no livro de William Irwin e Mark D. White (Coords.), “Os Vingadores e a Filosofia: os Pensamentos mais Poderosos”, ao comentar sobre os super heróis que começaram a sua vida do lado errado da lei, em especial, na estória dos Vingadores, ressalta valores morais ínsitos na filosofia moral, quais sejam, o perdão e a redenção.

Gavião Arqueiro não é o único ex-vilão entre as fileiras dos Vingadores. Vários outros membros da equipe notória no decorrer dos anos – a Feiticeira Escarlate, Mercúrio, Visão, Homem-Maravilha e a Viúva Negra, para citar alguns – começaram sua vida do lado errado da lei. É claro que outras equipes de super-heróis recrutaram das fileiras de seus inimigos, mas não com tanta frequência e proeminência quanto os Vingadores. Esse fato digno de nota nos dá oportunidade de explorar dois dos mais fascinantes, e ao mesmo tempo perturbadores, tópicos da filosofia moral – perdão e redenção -, questões com as quais se deve lidar juntas. Sem o perdão não pode haver redenção e a clemência que não produz redenção é vazia. (MALLOY, 2015, p. 83-84).

Malloy (2015) qualifica o perdão como “o ato de abandonar o ressentimento contra o malfeitor sem negar sua responsabilidade pelo mal feito (como o seria desculpá-lo), ou a incorreção da falta (como no caso da aceitação do mal feito).” (MALLOY, 2015, p. 87)

O perdão é redentor. Quando perdoamos alguém, damos a oportunidade daquela pessoa perdoada em ser feliz outra vez e, quando nos perdoamos, somos capazes de recomeçar, sem olhar para trás. O arquétipo do herói também tem a oportunidade em recomeçar e mudar de lado, assumindo uma personalidade melhor do que a anterior.

Um fato curioso deve ser mencionado é que os arquétipos de super heróis sempre são capazes de voltar ao passado e reescrever a estória, o que não acontece conosco, considerando que a porta do passado não se abre e embora sermos capazes

de mudar a nossa história, quanto ao presente, não podemos voltar ao passado para modificá-lo, conforme lembra Malloy.

Uma vez que um acontecimento tenha ocorrido, ou a ação desencadeada, não existe volta. Essa proposição nos afeta mais pessoalmente quando o que gostaríamos de reverter é alguma ação que seja nossa ou uma vez que nos tenha afetado. Quem não gostaria de voltar atrás e retratar aquelas palavras ofensivas ou recuperar aquela resposta mordaz em que você só pensou depois de deixar a festa? Quem não gostaria de evitar ser agredido ou traído? Entretanto, não podemos fazê-lo. O melhor que podemos fazer é administrar como nos sentimos sobre aquele fato. (MALLOY, 2015, p. 84-85).

Assim, diante de uma ofensa recebida, principalmente injusta, poderá gerar o ressentimento, que leva à vingança, deixando marcas indelévels no inconsciente. Somente o perdão será o antídoto desse veneno que corrói o interior de alguém.

Jung (2013) distingue, ainda, o *inconsciente coletivo* como herança espiritual da humanidade e fonte de todos os instintos da psique, da *consciência*, que é um fenômeno efêmero, comparável ao espaço, sendo que os arquétipos são variantes das ideias adaptadas à realidade, considerando que a consciência traduz o mundo externo para a realidade visível.

O inconsciente coletivo é a formidável herança espiritual do desenvolvimento da humanidade que nasce de novo na estrutura cerebral de todo ser humano. A consciência, ao invés, é um fenômeno efêmero, responsável por todas as adaptações e orientações de cada momento, e por isso seu desempenho pode ser comparado muitíssimo bem com a orientação no espaço. O inconsciente, pelo contrário, é a fonte de todas as forças instintivas da psique e encerra as formas ou categorias que as regulam, quais sejam precisamente os arquétipos. Todas as ideias e representações mais poderosas da humanidade remontam aos arquétipos. Isto acontece especialmente com as ideias religiosas. Mas os conceitos centrais da Ciência, da Filosofia e da Moral também não fogem a esta regra. Na sua forma atual eles são variantes das ideias primordiais, geradas pela aplicação e adaptação conscientes dessas ideias à realidade, pois a função da consciência é não só a de reconhecer e assumir o mundo exterior através da porta dos sentidos, mas traduzir criativamente o mundo exterior para a realidade visível. (JUNG, 2013, p. 103)

Jung (2013) apresenta, ainda, a mitologia, como expressão do inconsciente coletivo, traçando um paralelo entre o inconsciente coletivo e o céu estrelado, com a

projeção de imagens, pelas influências dos astros. Por seu turno, como as constelações enfeitam o céu, Jung pondera que os mitos projetados nas lendas, nos contos de fadas ou em personagens históricos habitam esse inconsciente coletivo, que deve ser estudado, pela mitologia ou análise do indivíduo.

O inconsciente coletivo – até onde nos é possível julgar parece ser constituído de algo semelhante a temas ou imagens de natureza mitológica, e, por esta razão, os mitos dos povos são os verdadeiros expoentes do inconsciente coletivo. Toda a mitologia seria uma espécie de projeção do inconsciente coletivo. É no céu estrelado cujas formas caóticas foram organizadas mediante a projeção de imagens, que vemos isto o mais claramente possível. Isso explica as influências dos astros, afirmadas pela astrologia: essas influências não seriam mais do que percepções introspectivas inconscientes da atividade do inconsciente coletivo. Do mesmo modo como as constelações foram projetadas no céu, assim também outras figuras semelhantes foram projetadas nas lendas e nos contos de fadas ou em personagens históricas. Por isso, podemos estudar o inconsciente coletivo de duas maneiras: na mitologia ou na análise do indivíduo. (JUNG, 2013, p. 97)

Segundo Jung, quando buscamos compreender os símbolos, surge um confronto com o próprio símbolo, mas inerente ao indivíduo que o produziu (JUNG, 2016, p. 115). Dessa feita, os indivíduos possuem arquétipos que constroem a sua personalidade, o que viabiliza a análise dos comportamentos e motivações humanos.

Por oportuno, cumpre apresentar, a seguir, de forma aplicada, a teoria, em comento, à luz da filmografia brasileira.

4.3 Parte III: A Teoria dos Arquétipos na Filmografia Brasileira

Jung (2013) esclarece que os arquétipos, formados por personagens ricos em afetos e imagens, são verdadeiras personagens mágicas com formas psíquicas.

A sedimentação de todas as poderosas experiências ancestrais de toda a humanidade – ricas de afetos e de imagens – com o pai, a mãe, os filhos, o marido e a mulher, com a personalidade mágica, com os perigos do corpo e da alma, erigiu este grupo de arquétipos em princípios formuladores e reguladores supremos da vida religiosa e até mesmo da vida política, num reconhecimento inconsciente de suas tremendas formas psíquicas. (JUNG, 2013, p. 101).

Nesse giro, urge identificar algumas espécies de arquétipos da filmografia brasileira, para melhor elucidar o fenômeno dos mitos cinematográficos, em relação à psicologia, no tocante à inconsciência coletiva.

4.3.1 O Arquétipo do Negro no Cinema Nacional

O primeiro arquétipo a ser analisado, é o do negro na filmografia do Brasil.

João Carlos RODRIGUES (2014), na obra, já citada, “Cine Danúbio: Páginas de Reflexão sobre o Cinema Brasileiro”, lembra que muitas vezes, o negro aparece como um arquétipo na filmografia nacional como um escravo, o que perfaz num reducionismo ideológico.

Deste modo, os filmes “históricos” brasileiros, por um lado rotulam erroneamente o negro como “apenas escravo”, mas por outro, usam-no também como um todo, seja ela negra, branca ou mestiça. Todos nós seríamos escravos (do imperialismo estrangeiro), buscando a liberdade. Acredito que esse reducionismo ideológico foi um fator determinante na época verossimilhança histórica desta produção cinematográfica, independentemente da boa qualidade artística dessa ou daquela película. (RODRIGUES, 2014, p. 70)

Por oportuno, convém apontar alguns tipos do arquétipo negro no cinema nacional.

4.3.2 A Negra Musa

O arquétipo da musa pode ser representado pela personagem Eurídice, do filme “Orfeu”, que é uma verdadeira musa. Vale ressaltar que a musa é sempre uma mulher respeitável e admirada; a musa nunca é vulgar. O enredo desse filme é uma adaptação da história grega de Orfeu e Eurídice, ambientada numa comunidade (favela), na época do Carnaval, no Rio de Janeiro, narrando a estória romântica do amor impossível entre Orfeu, compositor de escola de samba e a musa Eurídice, impedido pelo chefe do tráfico da comunidade, obcecado por Eurídice.

4.3.3 A Negra Sexy

Como arquétipo de negra sexy, deve ser citada, a protagonista do filme “Antônia” (2006), que narra a história de 04 (quatro) amigas que se unem para viver do *rap*, enfrentando um ambiente de violência e miséria. Elas cantavam em um conjunto de *rap*, formado por homens e resolvem iniciar um outro conjunto musical, denominado de “Antônia”, passando a se apresentar em bares e eventos sociais. Quando elas começam a fazer sucesso, o cotidiano da comunidade, marcado pela violência e miséria afetam a carreira do grupo.

Importa registrar que o arquétipo da negra sexy apresenta a sensualidade como uma marca forte, uma forma de expressão bem acentuada. A pessoa sexy, que usa essa qualidade como forma de comportamento social, em regra, tem muito receio na solidão ou de não ser suficientemente amada, assim, objetiva, constantemente, agradar aos outros na totalidade, no caso, pela sensualidade.

4.3.4 Negro de Alma Branca

O arquétipo negro de alma branca recebeu boa educação e foi integrado à sociedade. O filme “XICA DA SILVA” (1976) apresenta esse arquétipo (versão feminina), na pessoa de sua protagonista, a ex-escrava Francisca da Silva, amante de um nobre da Coroa portuguesa, contratador de diamantes, João Fernandes de Oliveira, em Minas Gerais. O filme “Xica da Silva” foi dirigido por Cacá Diegues e foi premiado no Festival de Brasília, como melhor filme, melhor diretor e melhor atriz (Zezé Motta).

Xica da Silva foi a primeira dama negra do Brasil. Em virtude de sua ascensão social, tendo sido integrada na sociedade branca da época, diz-se tratar-se de um caso de negra de alma branca. Vale ressaltar, que Xica da Silva se beneficia da escravidão e mesmo em sua posição superior na pirâmide social, não junta a sua voz aqueles que defendiam a liberdade dos escravos; o que revela uma característica ambígua desse arquétipo.

4.3.5 Negro Doido

O arquétipo do negro doido ou crioulo doido apresenta um negro inofensivo, sendo retratado na filmografia nacional ao lado de um personagem branco como se pode observar na dupla “Grande Otelo e Oscarito”, em diversos filmes brasileiros.

O negro doido é um poderoso arquétipo imortal. Ele não tem compromisso; é um homem livre. Trata-se de um andarilho e de certa forma, perturba a ordem social. Ele nos lembra o “bobo da Corte”, que na realidade, era o espião do rei, considerando que, de forma distraída, vigia as pessoas da Corte para relatar para o soberano. E como em regra, todo rei gosta de ficar ciente do que se passa em seu Reino e assim, aceita o “bobo” e lhe concede privilégios.

O arquétipo do negro doido tem um aspecto maroto. A sua curiosidade crescente e impulsiva nos lembram de nossos sonhos guardados numa caixa, dentro do armário de nossa inconsciência, sonhos esses, considerados perdidos, por nós, ao longo do tempo. Nesse giro, o doido nos leva ao resgate espiritual, à salvação em prol de nossa felicidade.

4.3.6 Pretos Velhos

Os pretos velhos lembram a missão da manutenção da tradição das tribos africanas e com o tempo, os escravos passaram a ter essa incumbência. Como exemplo de filmes brasileiros com o arquétipo dos pretos velhos, é possível citar, “Cafundó”, que narra a história do preto velho João de Camargo Barros, que nasceu como escravo e, após a lei Áurea, foi liberto e mudou-se para Sorocaba onde viveu até a sua morte. O filme “Cafundó” é um filme brasileiro de 2005, dirigido por Clóvis Bueno e Paulo Betti e estrelado, em seu papel principal, por Lázaro Ramos. Foi vencedor no Festival de Gramado de 2005, nas categorias de melhor ator (Lázaro Ramos), melhor fotografia e melhor direção. Esse filme foi vencedor de diversos prêmios no Festival de Gramado, tendo ganho ainda, o prêmio especial do Júri, na

categoria de melhor longa metragem em 35mm brasileiro. O filme recebeu, inclusive, a menção honrosa do Festival de Los Angeles Pan *African Film* 2006.

Importa ressaltar que os pretos velhos não aparecem muito na filmografia nacional, surgindo, muitas vezes, por meio de uma atuação coadjuvante. Os pretos velhos, como são conformistas, vêm na contramão dos negros militantes, tão aclamados pelo cinema brasileiro.

4.3.7 *Negro Nobre Selvagem*

O filme “Chico Rei” (1985), de Wálter Lima Júnior, traz o negro nobre selvagem, na pessoa de seu protagonista e narra a história de Galanga, um rei do Congo, que vendido como escravo para o Brasil, no século XVIII, foi viver em Vila Rica (MG). Ele conseguiu se tornar um proprietário de mina, tendo assim, comprado a sua alforria e a de outros escravos (ex-súditos de sua antiga tribo africana), passando a ser considerado como um “rei”, por esses escravos libertos. O filme traz então, um arquétipo de um negro nobre da África, considerado como selvagem, tendo sido reduzido a escravo, que consegue a sua alforria como a de diversos ex-súditos, como prova de solidariedade e lealdade, tornando esse arquétipo em um mito cinematográfico, na forma de um negro nobre selvagem. Devem ser observadas, ainda, algumas qualidades, tais como, respeito, dignidade, integridade e hombridade. Vislumbra-se, uma força em Galanga, tornando-o numa grande coluna, como alicerce para gerações, fazendo com que esse mito seja soberano não só em relação ao seu povo, mas também, a todos os povos.

4.3.8 *Negro Revoltado*

O arquétipo negro revoltado, embora geralmente seja um líder de reivindicações comunitárias, às vezes pode também ser um marginal e de má índole. Ele tem um espírito livre e assim não se adéqua aos padrões sociais, conseguindo, assim, diversos seguidores.

Um exemplo para esse arquétipo é o negro Zumbi, protagonista do filme *Quilombo* (1984). O filme “*Quilombo*” narra a história que ocorreu em Pernambuco,

por volta de 1650, quando um grupo de escravos se revolta e vai para Quilombo dos Palmares, sendo que o negro Zumbi é escolhido como líder dessa comunidade, tendo sido, assim, o seu último dirigente. Zumbi tornou-se, por conseguinte, num herói nacional. Verifica-se um desejo de revolução, nesse arquétipo, onde o maior medo seria a ineficácia, pois Zumbi busca a liberdade radical e para isso, quebra regras de conduta, chocando uma sociedade, através de sua ousadia e o próprio espírito de coragem, embora para uns seja um homem desajustado; um fora da lei.

4.3.9 Negro de Comunidade

O negro mais comum de se ver nos filmes nacionais é aquele que era conhecido como um “favelado” e que hoje chama-se “negro de comunidade”. O filme nacional mais importante que retratou esse arquétipo, tendo, inclusive, recebido 26 (vinte e seis) prêmios internacionais, é “Cidade de Deus” (2002). A película, em comento, relata o crescimento do crime organizado numa comunidade do Rio de Janeiro, denominada “Cidade de Deus”. Na realidade, o arquétipo do negro da comunidade aparece como expressão da revolta, só que do lado negativo, pelo crime organizado, diferenciando esse, por exemplo, do preto velho, que é conformista e do negro doido, que é inofensivo. Trata-se do filme mais relevante do denominado Cinema da Retomada. O mencionado filme apresenta diversos arquétipos de negros: o de alma branca, na pessoa do personagem “Buscapé”; mulata sexy, personagem de “Berenice” e o que mais se ofereça, mas indubitavelmente, o arquétipo marcante nesse filme é o de negro da comunidade.

4.3.10 Negro Afro-Baiano

O arquétipo do negro afro-baiano tem um condão de ressaltar os seus traços culturais, como afrodescendentes. Como exemplo deste arquétipo, cumpre mencionar o filme “Ó Pai Ó”. O filme, embora seja uma comédia, retrata um quadro de miséria e violência, onde moradores de um cortiço do Centro Histórico do Pelourinho, em Salvador, vivem no último dia do Carnaval com muita dança e música e uma evangélica, Dona Joana, antipática síndica do prédio, fecha a água do condomínio; o

que une todos os condôminos, num espírito de solidariedade, como se fossem uma só família. O arquétipo do negro afro-baiano demonstra que o negro tem a sua origem na África e espelha a sua cultura afro, inclusive nas roupas e penteados, no intuito de eternizar a mesma, ainda que, estando no Brasil; o que o denomina de “afro-baiano”, no caso, por ser natural da Bahia.

5 OUTROS ARQUÉTIPOS DA CINEMATOGRAFIA NACIONAL

Os arquétipos não são limitados. Convém analisar algumas outras espécies de arquétipos da cinematografia nacional.

5.1 O Herói

O filme *Tropa de Elite* traz, à baila, a temática do tráfico de drogas e a corrupção policial no Rio de Janeiro, apresentando o Capitão Nascimento, vivido por Wagner Moura, como um policial modelo incorruptível, malgrado esteja no comando de uma equipe que pratica atos aéuticos, como tática investigativa. Esse filme foi premiado, em 2008, como melhor filme tanto no Festival de Berlim (Urso de Ouro de melhor filme), quanto no Festival *Hola Lisboa*, além de diversas categorias, no Grande Prêmio Vivo do Cinema Brasileiro, no mesmo ano, tais como, melhor direção (José Padilha), melhor ator (Wagner Moura), melhor fotografia (Lula Carvalho), dentre outras.

O arquétipo do herói busca provar o valor para alguém, por meio de atos de coragem, buscando ser forte e competente para realizar feitos que provem o seu valor heroico, em prol da mudança do mundo, para um outro melhor. Nesse condão, é mister ressaltar que todo herói é altruísta. E assim, transformam-se em verdadeiros super-heróis do mundo moderno, à medida que lutam pelo ideal comum, abrindo mão da vida pessoal, sacrificando os seus desejos pessoais, em favor da coletividade. Nesse diapasão, o “super-herói” hodierno ultrapassa dificuldades quase que intransponíveis, em nome da Justiça Social, movido pela força e coragem.

5.2 A Mãe

Na filmografia nacional é possível verificar essa modalidade de arquétipo, na pessoa de Dona Nenê, no filme “A Grande Família”, que mostra o lado positivo de uma mãe; aquela faceta doce e acolhedora, que agrada o público da filmografia nacional, o que contribuiu para o sucesso, não só da série na televisão, mas inclusive, da versão fílmica.

O arquétipo da mãe, em regra, nos remete à lembrança de carinho, conforto e nutrição. Se por um lado, existem qualidades nesse arquétipo, tais como a bondade, sabedoria, o lado maternal expresso como uma fantasia do feminino, pela elevação do espírito; por outro, a mãe pode gerar um arquétipo negativo, como por exemplo, uma bruxa, que transforma os sonhos infantis numa futura neurose.

5.3 A Criança

O arquétipo da criança apresenta uma grande versão, no filme nacional “Meu Pé de Laranja Lima”, que narra a história de um menino muito pobre que conversa com o seu pé de laranja lima.

O arquétipo criança enaltece a pureza e as saudades da Infância. Ressalta valores puros, resgatando também um pouco da criança que fomos. Na realidade, o arquétipo criança afeta tanto as crianças quanto aos adultos, influenciando os seus hábitos, pensamentos, atitudes, dentre outros, estimulando a busca pela alegria de viver. O adulto, através do olhar de criança, começa a ver o mundo com mais prazer e alegria.

O arquétipo da criança apresenta várias vertentes do olhar da criança: a criança abandonada, ferida, inocente e o que mais se ofereça. O arquétipo da criança ferida estimula a piedade alheia, além de promover um sentimento de perdão na criança, para que ela siga em frente sem olhar para trás. A cura de lembranças tristes também abrange a imagem da criança órfã ou abandonada. É preciso procurar esquecer o desacolhimento que a vida provocou. O arquétipo da criança inocente é o

mais comum, fazendo tremer os alicerces do mundo adulto, promovendo o ressurgimento do arquétipo de eterna criança dentro do adulto.

Existem, ainda, diversos outros arquétipos de crianças, que carregam em si, a luta do adulto contra o marasmo do cotidiano que muitas vezes o deixa na solidão ou o leva à depressão, precisando ver o mundo, sob o olhar de um inocente.

5.4 O Idoso

O arquétipo idoso nos traz a lembrança de sabedoria e orientação. Um exemplo desse arquétipo, na filmografia nacional, seria o filme “A Guerra dos Rocha”. O enredo apresenta Dina Rocha, vivida por Ary Fontoura, na qualidade de uma idosa, rejeitada por seus 03 (três) filhos e que hoje transformou-se num encosto para esses filhos. A Família Rocha vive dias de susto ao pensar que a D. Dina havia sido atropelada por um caminhão. Ocorre que a mesma foi sequestrada, juntamente de sua amiga, a D. Nonô e ambas viviam dias diferentes, ao lado de seus 02 (dois) sequestradores, de boa índole.

Muitas vezes, o arquétipo idoso apresenta-se na forma de um idoso sábio, personagem que lembra a figura paterna ou materna, pela sua bondade e sabedoria, acrescentando ao personagem, o conhecimento pessoal, além da experiência da vida. O idoso é movido pela compaixão, iluminando a vida dos demais, em cena.

5.5 A Donzela

No intuito de ilustrar o arquétipo da donzela na cinematografia, convém citar o filme “Lisbela e o Prisioneiro”. Esse filme narra a história romântica entre Lisbela e Leléu, que mesmo com as pressões da família e da sociedade, adotam o lema de Lisbela: “Graça não é saber o que acontece.” A donzela é consagrada nesse arquétipo como um mito de pureza e romantismo.

Cumprido esclarecer, por oportuno, que a donzela é um arquétipo que transmite sentimentos puros e inocentes, remetendo o nosso espírito a quase um estado de nossa infância, período infanto-juvenil. E no caso, a donzela traz uma carga de esperança a todos que a vê. Ela é dócil, meiga e simples. É uma moça boa, quase

uma fada, que é capaz de transformar as decepções dos espectadores do filme em esperanças, pois percebem que o arquétipo da donzela personifica uma moça que é um sonho e ao mesmo tempo nos leva a pensar que ela é real. A donzela traz como lema o otimismo e a fé, embora aos olhos de alguns, seja considerada como uma pessoa sem grandes atrativos, pelo excesso de romantismo e ingenuidade.

5.6 Jesus Cristo

O arquétipo Jesus Cristo quando está presente na filmografia, traz a lembrança da bondade, do sacrifício e de Jesus como Salvador da humanidade. Um grande exemplo na cinematografia brasileira, que apresenta esse arquétipo é o filme “O Auto da Compadecida”. Esse filme foi premiado no Grande Prêmio do Cinema Brasileiro, de 2001, nas seguintes categorias: melhor diretor (Guel Arraes), melhor ator (Matheus Nachtergaele), melhor roteiro (Adriana Falcão, João Falcão e Guel Arraes) e melhor lançamento.

No enredo, Jesus é o Juiz do Tribunal Celeste e tem o múnus de julgar o protagonista do romance, João Grilo, que tem como advogada, a própria Compadecida. O arquétipo Jesus Cristo passa a ideia que existe um Deus que nos dá segurança e paz e que Ele é capaz de nos livrar, nos problemas e adversidades da vida. Nesse giro, o filme que traz esse arquétipo tende a ter milhões de admiradores, transformando a filmagem num verdadeiro sucesso de bilheterias.

6 CONCLUSÃO

A sociolinguística não deve ser considerada apenas como um ramo da linguística, e sim, deve ter um valor conotativo, devendo ser apreciada também como uma das armas de luta de uma sociedade e mesmo de um povo. Ela apresenta um grito, muitas vezes calado, diante de muitos obstáculos, na forma de preconceitos, perseguições políticas, dentre outras razões. A cinematografia, no plano internacional, apresenta uma linguagem própria, marcada pela heterogeneidade linguística, onde em qualquer lugar do mundo, é possível compreender os discursos cinematográficos.

Deve ser ressaltado, por oportuno que com a evolução mundial, observa-se, por exemplo, no plano jurídico, que o tempo do crime mudou, passou a ser praticado num milésimo de um segundo, assim como o conceito de lugar de crime também se modificou, podendo através de um ato praticado no Brasil, atingir uma multidão na China (no outro lado do mundo). O mesmo se aplica às fronteiras dos países que são modificadas em nosso cotidiano. Por seu turno, a evolução no campo midiático, traz, por exemplo, o efeito 3D, no intuito de se criar um efeito mais convincente e real. O cinema mostra cenas que estão acontecendo em diversos lugares, simultaneamente. Só o cinema é capaz de levar ao expectador, o sonho dessa faculdade de onipresença. Por outro lado, a sociedade consumerista se utiliza da publicidade para através das imagens, convencer o consumidor final a expandir os seus níveis de consumo. De qualquer forma, estamos diante de uma revolução artística, em que o maior impacto desse processo culminou na maneira de apreciar a arte, com influência na linguagem, o que modificou os padrões culturais existentes, ante ao novo conceito de linguagem cinematográfica. A presente pesquisa demonstra que na linha do tempo, houve uma mudança na concepção da linguagem cinematográfica, que além de ser verbal, transforma-se também, em uma linguagem cinética, considerando o aspecto fílmico.

Existem, assim, 03 (três) aspectos relevantes observados: a universalidade da linguagem cinematográfica; a concretude da cinematografia e a onipresença da filmografia, já mencionada anteriormente.

No que concerne à psicologia analítica sobre o tema, cumpre esclarecer, por oportuno que Carl Gustav Jung apresenta a mitologia, como expressão do inconsciente coletivo, traçando um paralelo entre o inconsciente coletivo e o céu estrelado, com a projeção de imagens, pelas influências dos astros. Assim, como as estrelas enfeitam o céu, os contos de fadas preenchem os nossos sonhos. Nesse contexto, surgem os arquétipos.

Jung utilizou o conceito de arquétipo em sua teoria, por acreditar que tais arquétipos míticos relativos a personagens universais representam motivos fundamentais em nossa experiência humana, desencadeando emoções profundas. Os arquétipos são imagens que canalizam o material psicológico do indivíduo, direcionando aos mitos, formando as fantasias pessoais.

Em regra, o cinema imita a vida, mas muitas vezes, a vida imita o enredo apresentado pela arte fílmica. Hoje, a influência do cinema, na vida da sociedade, atinge não só os seus hábitos, mas é capaz de ser uma ferramenta para a reflexão de um mundo repleto de sonhos, mesmo diante de tantos problemas conjunturais - como a guerra, a fome, o desemprego e o que mais se ofereça-, ou mesmo, pessoais, quanto aos relacionamentos com os demais, inclusive, nas relações amorosas infelizes; e ainda, na ausência de esperanças profissionais, dentre outras circunstâncias.

O cinema é um sustentáculo para a nossa própria fortaleza, levando esperanças aos nossos corações e luz à escuridão de nossos espíritos. Pelo cinema, encontramos uma nova forma de percepção individual, diante das crises existenciais ou ainda, diante de quaisquer outras situações intersubjetivas. Nesse condão, pode ser observada a relevância dos mitos do cinema como uma forma de tocar nos sonhos e assim, mudar o mundo. Os mitos do cinema são arquétipos do inconsciente coletivo e segundo Jung, conhecemos o nosso inconsciente e nos comunicamos com ele, através dos símbolos. Surgem assim, diversos arquétipos, como mitos de fantasias veiculados, como linguagem visual no cinema brasileiro. Deve ser ressaltado, que o cinema tanto consiste em veiculação de comunicação de massas, quanto viabiliza as comunicações culturais de uma sociedade.

Vale acrescentar, por oportuno, que o papel da linguagem cinética do arquétipo herói na cinematografia nacional apresenta uma característica destoante, por não personificar um ser intergaláctico, repleto de poderes superdotados, mas são pessoas de nossa própria História, que se deparam, diariamente, com desafios e que para vencê-los, deverão ter um esforço sobre-humano.

Observa-se, nesse sentido, que os arquétipos cinematográficos têm uma faceta positiva ou negativa, considerando que pode haver, por exemplo, um super-herói que simplesmente, saiu do lado negro das forças e agora, luta pela justiça. Nesse caso, deve ser frisado o perdão pessoal que é um alicerce moral capaz de resgatar o indivíduo de dores profundas e levá-lo ao sublime pódio da hombridade, subindo as escadas do perdão, deixando ficar no seu mundo de trevas do passado, as raízes da vingança. A transformação exige que deixemos algo do passado e mudemos de atitude; o que pode também nos atemorizar. Nesse giro, é preciso que

nos arrisquemos, pois o perdão é transformador, sendo capaz de trazer alguém de seu ostracismo e de sua própria penumbra para o caminho do sol e a luz do novo mundo irá encher o coração de forças para optar por uma nova estrada e seguir.

Muitas vezes somos riachos que passamos por pedras, nos encontramos com outros riachos e nos separamos de alguns, ao longo do tempo, mas nessa busca, podemos mudar o nosso caminho. Deve ser ressaltado que nunca é tarde para mudar o curso de nosso rio, em busca do grande mar.

Quanto ao arquétipo do negro, na filmografia nacional, importa esclarecer, por oportuno, que se de um lado, vemos o negro, como empregados domésticos, devotados aos patrões ou mesmo escravos, no período escravocrata do Brasil e em alguns casos, mais como figurantes; por outro, vemos personagens, que apresentam o negro como protagonistas de uma película nacional, seja como arquétipos de um negro da comunidade, ou como um revoltado, ou mesmo um herói.

Existem assim, diversos outros arquétipos no cinema nacional, além do negro, que levam sonhos, inspirando fantasias ou ainda, demonstram a realidade dura da vida diária dos mais pobres, dos marginalizados, daqueles que vivem à margem da sociedade brasileira, das minorias.

Mas, deve ser observado que o arquétipo do negro é um arquétipo forte e sólido, tendo sido apresentado em grandes papéis, como verdadeiros mitos cinematográficos e os seus diretores têm sido em sua grande maioria, brancos, o que denota a relevância na cinematografia do Brasil, em demonstrar vertentes e a própria influência da cultura africana, na consciência coletiva brasileira.

Ao lado de Spike Lee, Tyler Perry, Lee Daniels, F. Gary Gray, dentre diversos outros cineastas negros, aguardamos agora, a vez do Brasil, pois está na hora, do negro brasileiro, sair das imagens cinéticas para ir para trás das câmeras cinematográficas e escrever os seus nomes como arquétipos de negros cineastas brasileiros, como mitos para muitas gerações.

REFERÊNCIAS

AUMONT, Jaques. **A Imagem**. 16. ed. Campinas: Papyrus, 2012.

BO, João Lanari. **Cinema japonês: filmes, histórias, diretores.** São Paulo: Giostri, 2016.

BORDWELL, David; THOMPSON, Kristin. **A Arte do Cinema: uma introdução.** Campinas: Editora da Unicamp; São Paulo: Editora da USP, 2013.

CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces.** 10. ed. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1997. Disponível em: <<https://projeto-phronesis.files.wordpress.com/2009/08/joseph-campbell-o-heroi-de-mil-faces-rev.pdf>>. Acesso em: 02 nov. 2018.

FRANZ, Marie-Louise Von; HILLMAN, James. **A tipologia de Jung: ensaios sobre psicologia analítica.** 2. ed. Tradução: Adail Ubirajara Sobral, Ana Cândida Pellegrini Marcelo, Wilma Raspanti Pellegrini. São Paulo: Cultrix, 2016.

JUNG, Carl Gustav. **Cartas de C. G. Jung: vol. III, 1956-1961.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

JUNG, Carl Gustav. **A Natureza da Psique.** 10. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2013.
JUNG, Carl Gustav. **O Homem e seus Símbolos.** 3. ed. Rio de Janeiro: Harper Collins, 2016.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo.** 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

LISCHI, Sandra. Uma tela de pintor eternamente fresca: algumas reflexões sobre cinema, videoarte e pintura. *In*: SANTANA, Gelson. **Cinema: comunicação e audiovisual.** São Paulo: Alameda, 2007.

MALLOY, Daniel P. Reunião dos Clementes. *In*: IRWIN, William; WHITE, Mark D. **Os vingadores e a Filosofia: os pensamentos mais poderosos.** São Paulo: Madras, 2015, p. 83-96.

MÜNSTERBERG, Hugo. A memória e a imaginação. *IN*: XAVIER, Ismail (Org.). **A experiência do cinema: antologia.** Rio de Janeiro, São Paulo: Paz e Terra, 2018. p. 25-48.

RODRIGUES, João Carlos. **Cine Danúbio: páginas de reflexão sobre o cinema brasileiro.** São Paulo: Giostri, 2014.

SOUZA, Enéas de; PEREIRA, Robson de Freitas. **Cinema: o divã e a tela.** Porto Alegre, RS: Artes e Ofícios, 2011.