

# Teoria dos arquétipos e construção de personagens em filmes e séries

*The theory of archetypes and character construction of movies and TV series*



Sílvio Antonio Luiz Anaz<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pós-doutorado em Meios e Processos Audiovisuais na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (USP). E-mail: silvioanaz@hotmail.com

**Resumo:** Este artigo introduz a teoria dos arquétipos a partir da revisão dos conceitos desenvolvidos por Jung, Campbell e Durand e analisa o uso pragmático de arquétipos na produção de filmes e séries de TV. O estudo articula as reflexões sobre o tema nos campos da antropologia, psicologia e artes, buscando definir o que são os arquétipos e quais são suas funções nas narrativas. Por fim, o conceito de arquétipo na construção de personagens é aplicado com o estudo de caso de Walter White, protagonista da série de TV *Breaking Bad*. O resultado obtido é um conceito de arquétipo aplicável aos processos de criação e construção de personagens nas narrativas audiovisuais.

**Palavras-chave:** arquétipo; cinema; série de TV; personagem; processo de criação.

**Abstract:** This paper brings an introduction to the theory of archetypes based on the revision of concepts developed by Jung, Campbell and Durand, and analyzes its pragmatic use in the production of movies and TV series. The study articulates reflections in the fields of anthropology, psychology, and arts, with the purpose of defining what an archetype is and what its functions are in narratives. Lastly, the concept of archetype is applied in character construction, using as example the case of Walter White, protagonist of *Breaking Bad*. The result is a concept of archetype that can be used in creative processes and in the construction of characters in audiovisual narratives.

**Keywords:** archetype; cinema; TV series; character; creative process.

## Introdução

Embora a ideia de arquétipo exista desde a Antiguidade, especialmente no pensamento de Platão, é com os estudos desenvolvidos pelo psicanalista suíço Carl Gustav Jung que o conceito ganha sua feição contemporânea, aplicável da psicologia às artes.

O uso de arquétipos é particularmente evidente nas produções audiovisuais bem-sucedidas comercialmente. O processo de criação de narrativas para cinema e televisão explora de forma pragmática as adaptações do conceito junguiano, a partir principalmente das obras *O herói de mil faces*, de Joseph Campbell, com sua teoria da “jornada do herói”, ou “monomito”, e *A jornada do escritor*, de Christopher Vogler, que desenvolve uma espécie de guia para roteiristas.

Ainda que o emprego dos conceitos de arquétipo e monomito pelos roteiristas não seja elemento suficiente para determinar o sucesso de público de um filme ou série televisiva, dados os vários elementos que participam de forma inter-relacionada e conseqüentemente complexa do êxito de uma produção audiovisual (ANAZ, 2018), é evidente a correlação entre os filmes *mainstream* que seguem a estrutura da jornada do herói de Campbell (1997), seus personagens arquetípicos (ou estereotipados) e o bom desempenho nas bilheterias. Entre 2001 e 2018, por exemplo, os filmes que ficaram entre as dez maiores bilheterias anuais refletiram a estrutura do monomito e seus arquétipos<sup>2</sup>. Tal constatação pode significar a adoção de forma corriqueira do modelo narrativo identificado por Campbell (1997) – e popularizado como fórmula para criação ou avaliação de roteiros, em Hollywood, por Vogler (2015), como veremos adiante –, coerente com um modelo de negócios com alta aversão a riscos desde que os grandes estúdios tornaram-se parte de grandes conglomerados de mídia e entretenimento, especialmente a partir dos anos 1980 (ROSS, 2017). Mas, também, pode estar relacionada à natureza do processo de criação e de fruição das narrativas, que estaria sujeito a determinados padrões de se contar uma história, padrões esses identificados em estudos como os de Vladimir Propp (2006), Northrop Frye (2014) e do próprio Campbell (1997), entre outros. De qualquer forma, tais resultados no cinema *mainstream* mostram a relevância do conceito contemporâneo de arquétipo na criação e construção de personagens ficcionais.

Para melhor compreender como a noção de arquétipo tem sido construída e aplicada na produção audiovisual, este artigo busca, na primeira parte, organizar e articular os fundamentos teóricos sobre o tema. A reflexão desenvolve-se a partir de

<sup>2</sup> Análise feita a partir de filmes listados entre as dez maiores bilheterias globais segundo dados disponíveis em BoxOffice Mojo: <https://bit.ly/3dLG4eS>. Acesso em: 10 jun. 2020.

investigações nos campos da antropologia, da psicologia e das artes, tendo como eixo as hipóteses desenvolvidas por Carl Gustav Jung e Gilbert Durand sobre o que são arquétipos, como eles surgem e suas funções no comportamento. Na segunda parte, discute-se a aplicabilidade dos conceitos de arquétipo aqui apresentados no processo de construção de personagens a partir de um estudo de caso.

### **Fundamentos da noção contemporânea de arquétipo**

Antes de Jung desenvolver sua tese sobre os arquétipos, a hipótese de que há elementos universais inatos que medeiam o processo cognitivo humano de percepção e compreensão do mundo aparece ao longo da história, em diferentes versões, nas teorias de filósofos como Platão e Kant. Antropólogos como Claude Lévi-Strauss, Franz Boas e James Frazer também contribuem com a tese ao identificar semelhanças entre elementos mitológicos de diferentes culturas, inclusive de tribos arcaicas isoladas. A noção de “ideias elementares”, que seriam variações de um mesmo motivo encontradas em várias culturas, proposta pelo etnólogo alemão Adolf Bastian a partir da observação das narrativas e comportamento de diversos povos, também alimentou o pensamento de Jung sobre o tema.

Na primeira metade do século XX, inserido num contexto de novas teses antropológicas e etnográficas sobre as narrativas míticas e baseado principalmente nos achados de sua experiência clínica e no estudo das mitologias e de pesquisas empíricas etnográficas, Jung (2014) desenvolve a hipótese de que o ser humano é dotado de uma estrutura psíquica que contém *imagens primordiais*, universais e atemporais. Ele dá a essas imagens o nome de “arquétipos”, retomando o termo grego usado por Platão, mas com um sentido bem distinto do pensamento do filósofo grego, para quem os arquétipos seriam protótipos que habitariam o mundo das ideias ou das formas. Para Jung (2014, p. 51-52), o conceito de arquétipo “indica a existência de determinadas formas na psique que estão presentes em todo tempo e em todo lugar”:

Minha tese é a seguinte: à diferença da natureza pessoal da psique consciente, existe um segundo sistema psíquico, de caráter coletivo, não pessoal, ao lado do nosso consciente, que por sua vez é de natureza inteiramente pessoal e que – mesmo quando lhe acrescentamos como apêndice o inconsciente pessoal – consideramos a única psique passível de experiência. O inconsciente coletivo não se desenvolve individualmente, mas é herdado. Ele consiste de formas preexistentes, arquétipos, que só secundariamente podem tornar-se conscientes, conferindo uma forma definida aos conteúdos da consciência. (JUNG, 2014, p. 55)

Para Jung (2014), a mente humana (em sua parte inconsciente) abriga *imagens primordiais, universais e a-históricas* que operam na psique e resultam em padrões de comportamento suprapessoais. Neumann (1974, p. 20), ao analisar a estrutura do arquétipo junguiano, afirma que “a dinâmica do arquétipo manifesta-se principalmente pelo fato dele determinar o comportamento humano de maneira inconsciente, mas de acordo com leis, e independentemente das experiências de cada indivíduo”. Segundo Jung (2014), tal processo resulta em emoções positivas e negativas que movem e animam o indivíduo e o levam a um estado de comoção biopsíquica, influenciando sua disposição, inclinações, tendências, opiniões, intenções e interesses, além da consciência e do intelecto. Jung vai afirmar ainda, a partir de conceito desenvolvido por Rudolf Otto (2007) ao analisar a relação do humano com o sagrado, que o arquétipo possui “numinosidade”, uma carga emocional que se transfere para a consciência sempre que surge uma imagem ou uma situação arquetípica.

O arquétipo, enquanto fenômeno psíquico, materializa-se quando é expresso simbolicamente nas criações artísticas e narrativas. Ele manifesta-se como imagens psíquicas específicas e peculiares cujo conteúdo significativo é apreendido pela consciência. É necessário, portanto, compreendê-lo em dois âmbitos: o do *arquétipo em si*, que é irrepresentável, pois ocorre no nível do inconsciente da mente humana; e das *imagens simbólicas ou arquetípicas*. Neumann (1974, p. 21) enfatiza que “o ‘arquétipo em si’ é um fenômeno nuclear que transcende a consciência, e cuja ‘presença eterna’ é não-visível”.

Nesse sentido, os arquétipos são como formas vazias (irrepresentáveis) preenchidas por imagens em função de características culturais e históricas específicas. Isso significa que um mesmo arquétipo pode ser representado por diferentes imagens, em diferentes culturas e em diferentes momentos. Neumann (1974), ao estudar o arquétipo da Grande Mãe, mostra essa diversidade de representações imagéticas da deusa feminina principal em cada cultura. Apesar das diferentes imagens da Grande Mãe, todas preenchem o mesmo arquétipo que une os aspectos bondosos e terríveis da figura materna. Há, assim, uma polivalência simbólica/imagética do arquétipo. De toda forma, é importante destacar que enquanto o arquétipo em si é universal e atemporal, a imagem arquetípica que o preenche ou o materializa no plano simbólico é conectada a aspectos culturais e históricos.

Ao propor que os arquétipos se alojam no inconsciente humano, Jung desenvolve a tese da existência de uma divisão adicional no modelo psíquico freudiano, introduzindo o “inconsciente coletivo”, localizado figurativamente no

nível mais profundo da mente e anterior ao inconsciente pessoal. O inconsciente coletivo abrigaria então todos os arquétipos, uma vez que eles são compartilhados por todos os humanos. Segundo Jung (2014), os arquétipos existem de modo pré-consciente e provavelmente formam as estruturas dominantes da psique em geral.

Como a manifestação dos arquétipos se dá na cultura, na produção simbólica do homem, as narrativas míticas, ainda na tradição oral, estão entre as primeiras formas simbólicas que trazem as imagens arquetípicas primordiais. O homem ancestral percebe o mundo mitologicamente, isto é, ele vivencia o mundo predominantemente formando imagens arquetípicas que projeta nele. Assim, podemos entender as mitologias como matrizes de representações das coisas do mundo (reais e ficcionais) em que o conjunto de arquétipos (inconsciente coletivo) se manifesta. De forma análoga ou idêntica, esse processo se repete em todas as épocas e em todos os povos, muitas vezes surgindo de forma espontânea do inconsciente do homem, evidenciando a universalidade e atemporalidade dos arquétipos. Assim, Jung entende que os arquétipos são:

[...] certas formas e imagens de natureza coletiva, que surgem por toda parte como elementos constitutivos dos mitos e ao mesmo tempo como produtos autóctones individuais de origem inconsciente. Os temas arquetípicos provêm, provavelmente, daquelas criações do espírito humano transmitidas não só por tradição e migração como também por herança. Esta última hipótese é absolutamente necessária, pois imagens arquetípicas complexas podem ser reproduzidas espontaneamente, sem qualquer possibilidade de tradição direta. (JUNG, 1978, p. 55-56)

As representações arquetípicas podem ser entendidas como padrões cognitivos que medeiam a relação do ser humano com o mundo, atuando no processo de interpretação e atribuição de significados aos objetos e ações. Cada padrão se repete em diferentes culturas e, embora imagens distintas o representem, elas estão sempre impregnadas dos mesmos significados positivos e negativos do arquétipo.

Na prática da psicologia junguiana, o conceito de arquétipo é um elemento fundamental do processo clínico no sentido de melhor compreender a psique dos pacientes e encaminhar o tratamento. Jung estuda e descreve um conjunto de arquétipos, como sombra, materno, paterno, pueril, velho(a) sábio(a), anima e animus.

A ideia dos arquétipos, no entanto, extrapola o campo da psicologia clínica e é aplicada na compreensão mais ampla dos fenômenos culturais, especialmente no estudo das narrativas, desde os mitos até a produção audiovisual. O conceito de arquétipo de Jung é importante também para o campo dos estudos da imaginação e do imaginário.

O antropólogo francês Gilbert Durand não só se baseia no conceito do psicanalista em suas investigações sobre o imaginário como também oferece uma contribuição fundamental para entendermos a origem e função dos arquétipos, especialmente no âmbito da produção artística, avançando em um domínio controverso na teoria de Jung.

### **Contribuições dos estudos do imaginário à teoria dos arquétipos**

Uma questão polêmica sobre a ideia de arquétipo diz respeito a sua origem na psique humana. À indagação “De onde vêm os arquétipos?”, Jung (1978) apresenta como resposta a hipótese de que eles sejam inatos e herdados e que nossa espécie nasce com o potencial de desenvolvê-los, relacionando-os de alguma forma com os instintos humanos. No entanto, essa resposta não é aprofundada na obra junguiana. Uma hipótese mais consistente e esmiuçada sobre a origem dos arquétipos emerge nos estudos antropológicos sobre o imaginário conduzidos por Gilbert Durand.

Durand (2002) parte do conceito de arquétipo como definido no pensamento junguiano: imagens primordiais, universais e atemporais. No entanto, diferentemente de Jung – para quem, como vimos, os arquétipos e, conseqüentemente, o inconsciente coletivo estão na base das estruturas da psique humana –, para o antropólogo há estruturas e esquemas derivados das características biológicas e psicológicas do *Homo sapiens* que antecedem os arquétipos.

Durand (2002) defende a tese de que os arquétipos se localizam ao longo de um *trajeto antropológico* que se estabelece entre as pulsões subjetivas, resultantes das características biológicas e psicológicas do indivíduo, e as coerções do mundo natural e social. As imagens arquetípicas são, nessa perspectiva, frutos da interação das características biopsicológicas do ser humano com os elementos da natureza e da cultura. No trajeto antropológico, um percurso de mão dupla, cada reflexo dominante (postural, digestivo e copulativo) do ser humano articula-se com esquemas e estruturas mentais específicas que resultam nos arquétipos e suas respectivas imagens arquetípicas (ou simbólicas). Para chegar a essa conclusão, Durand faz um amplo recenseamento das imagens na produção cultural universal (literatura, artes plásticas, dramaturgia, cinema, mitos, contos de fada, rituais) e ao final obtém conjuntos de imagens convergentes, que se alinham aos reflexos básicos do ser humano:

- reflexo postural (posição ereta humana): imagens de práticas ascensionais, de iluminação, separação e luta;
- reflexo digestivo (deglutição e eliminação): imagens de práticas de interiorização, descida e união (mistura/harmonização); e

- reflexo copulativo (sexual/ir e vir): imagens de práticas cíclicas, de ritmo, ligação (independência dos elementos) e progresso.

Vejam como isso funciona em um exemplo simplificado: o reflexo dominante postural – isto é, a tendência inata do ser humano de ficar em pé – impacta as estruturas e esquemas mentais no sentido de uma valoração positiva de todas as imagens e simbolismos relacionados ao alto, aos movimentos de ascensão e à luz (solar ou lunar) que vem de cima, e na valoração negativa do oposto, isto é, das imagens e simbolismos relacionados ao baixo, à queda e às trevas – fenômeno, como demonstra Durand (2002), derivado também dos temores decorrentes das primeiras experiências traumáticas do humano no mundo, como o medo da queda e do desconhecido (escuridão). Assim, na perspectiva durandiana, os arquétipos não estariam na base da psique humana, e sim num nível intermediário entre os reflexos dominantes, as estruturas e esquemas mentais e o mundo exterior, operando na mediação entre o que a psique projeta no mundo e aquilo que ela recebe dele (Figura 1).

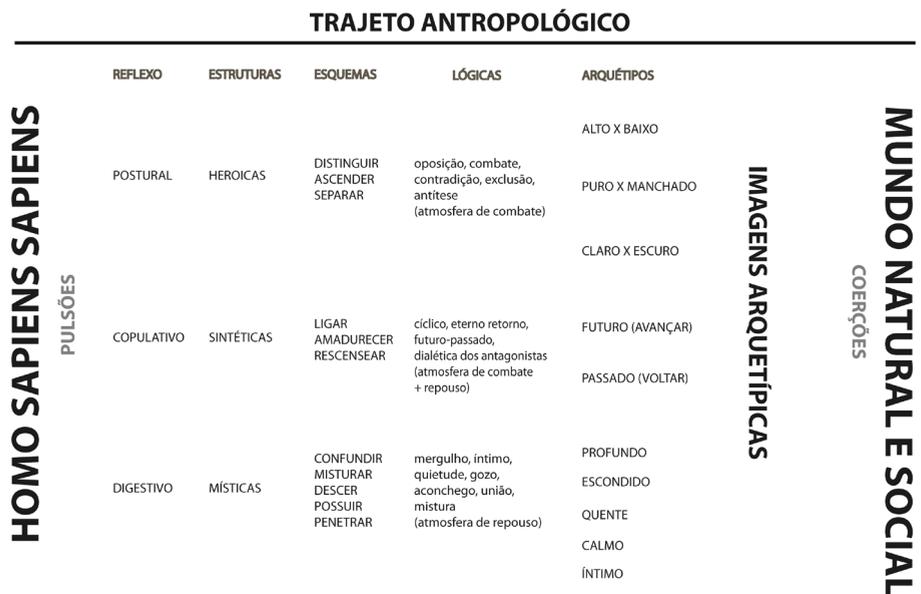


Figura 1: Representação do trajeto antropológico proposto por Gilbert Durand.

Assim, os arquétipos não seriam fruto direto de uma herança genética, como propôs Jung, mas sim o resultado da interação de características biológicas e psicológicas humanas com o mundo.

A tese de Durand estabelece também uma arquetipologia fundamentada num conjunto de grandes arquétipos (arquétipos-atributos, mais abstratos) dos quais derivam arquétipos-substantivos (mais concretos), classificados em dois regimes de imagem: o regime diurno, ligado ao reflexo postural, e o regime noturno, ligado aos reflexos digestivo e copulativo (Figura 2).

REGIME DE IMAGEM	ARQUÉTIPOS ATRIBUTOS	ARQUÉTIPOS SUBSTANTIVOS
DIURNO	ALTO ≠ BAIXO PURO ≠ MANCHADO CLARO ≠ ESCURO	O CÉU ≠ O INFERNO A LUZ ≠ AS TREVAS O CUME ≠ O ABISMO O HERÓI ≠ O MONSTRO O CHEFE ≠ O INFERIOR A ASA ≠ O RÉPTIL O ANJO ≠ O ANIMAL O BATISMO ≠ A MANCHA A ARMA HERÓICA ≠ A ATADURA O AR ≠ O MIASMA
NOTURNO	PROFUNDO CALMO QUENTE ÍNTIMO ESCONDIDO PARA A FRENTE (FUTURO) PARA TRÁS (PASSADO)	A MULHER O ALIMENTO A MÃE A NOITE O RECIPIENTE A CRIANÇA A SUBSTÂNCIA A FLOR A MORADA O CENTRO O MICROCOSMO A COR O FILHO A ÁRVORE O FOGO-CHAMA A RODA A CRUZ A LUA O ANDRÓGINO O GERME O DEUS PLURAL

Figura 2: Arquetipologia durandiana.

A arquetipologia inserida no trajeto antropológico proposto por Durand fornece novos elementos para construir uma teoria dos arquétipos aplicada à análise e à compreensão dos processos de criação e fruição nas artes. As teses do antropólogo, no entanto, ainda são pouco exploradas no campo do audiovisual, onde prevalece a proposta junguiana em suas versões desenvolvidas principalmente pelos estudos de Joseph Campbell e Christopher Vogler.

### Arquétipos na perspectiva radical do monomito de Campbell

O conceito junguiano de arquétipo assume, a partir dos anos 1970, um papel relevante na produção da indústria audiovisual, especialmente nos Estados Unidos. A principal razão para isso é a ampla pesquisa em mitologia e religião desenvolvida por Joseph Campbell, centrada na ideia de arquétipo de Jung, que resultou na tese do

monomito, bem como o trabalho de Christopher Vogler, que transformou as teses de Campbell em um guia para roteiristas dos grandes estúdios hollywoodianos.

Campbell adota o conceito junguiano de arquétipo como elemento central em suas investigações sobre mitologias e religiões. Seguindo trilhas similares às de outros estudiosos, especialmente antropólogos e etnólogos da primeira metade do século XX, Campbell encontra variações dos mesmos motivos e temas básicos ocorrendo universalmente e expressos nos mitos e rituais das culturas que investigou. Ele confirma, assim, a tese dos arquétipos ao observar sua manifestação em culturas e épocas distintas. Como destacam Baring e Cashford (1993, p. 556), uma das formas de se identificar uma imagem arquetípica é observá-la surgindo em diferentes culturas e em diferentes momentos, o que significa encontrar um padrão que emerge gradualmente ao se estudar imagens míticas ao longo de milhares de anos. Trata-se de padrões de constância e variações que permitem uma avaliação de como essas ideias são expressas, algumas vezes de modo refinado, outras rudemente, ou apenas parcialmente. E, assim como Jung, Campbell entende os arquétipos como padrões estruturantes da psique humana.

Em uma de suas mais conhecidas obras, *O herói de mil faces*, Campbell, mais do que identificar os principais arquétipos que emergem da produção cultural humana ao longo de milênios, desenvolve uma tese radical: a de que as narrativas humanas seguem um *único* padrão, que ele identifica como a “jornada do herói” ou “monomito”. O autor destaca essa ideia logo no início de sua obra:

Quer escutemos, com desinteressado deleite, a arenga (semelhante a um sonho) de algum feiticeiro de olhos avermelhados do Congo, ou leiamos, com enlevo cultivado, sutis traduções dos sonetos do místico Lao-tse; quer decifremos o difícil sentido de um argumento de Santo Tomás de Aquino, quer ainda percebamos, num relance, o brilhante sentido de um bizarro conto de fadas esquimó, é sempre com a mesma história — que muda de forma e não obstante é prodigiosamente constante — que nos deparamos, aliada a uma desafiadora e persistente sugestão de que resta muito mais por ser experimentado do que será possível saber ou contar. (CAMPBELL, 1997, p. 7, grifo nosso)

Essa mesma história identificada por Campbell é a aventura de um protagonista – o herói – que sai de seu mundo ordinário, cotidiano – universo conhecido – para se arriscar em um mundo especial – universo desconhecido –, onde supera adversidades, obstáculos e desafios, ganha força e sabedoria e retorna ao mundo comum de onde partiu, depois de uma transformação que impactará esse mundo de origem. Há, assim, uma estrutura ou um modo universal de contar

histórias que envolve basicamente as fases de *separação*, em que um herói sai do mundo conhecido, de *iniciação*, em que o herói adentra o desconhecido e supera os obstáculos, sofrendo uma transformação, e *retorno*, em que o herói transformado volta a sua comunidade trazendo (ou em busca de) alguma recompensa (Figura 3).

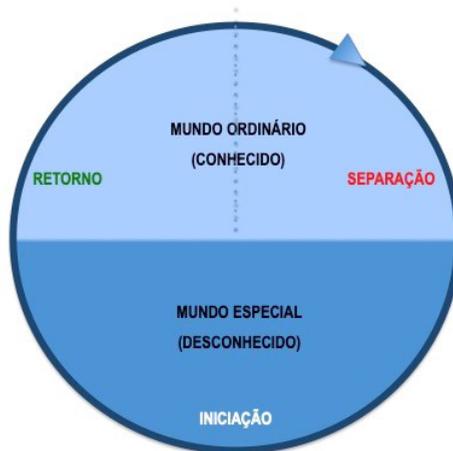


Figura 3: Esquema geral da jornada do herói (Campbell).

A pesquisa de Campbell mostra que essa jornada do herói é composta por um conjunto de etapas que, parcial ou totalmente, estão sempre presentes nas narrativas (Figura 4).

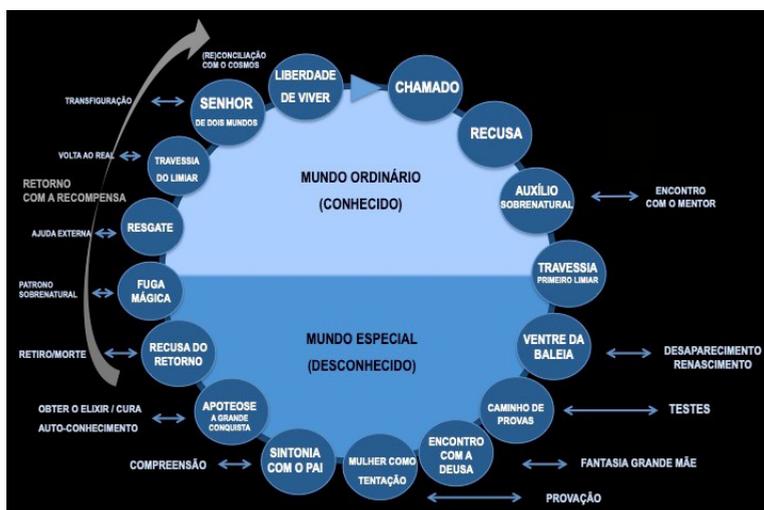


Figura 4: Etapas da jornada do herói (Campbell).

Os achados de Campbell foram adaptados por Christopher Vogler nos anos 1970, em seu trabalho como roteirista e analista de roteiros para os grandes estúdios norte-americanos, resultando na obra *Jornada do escritor*. Nela, Vogler aplica de forma pragmática a jornada do herói, retomando a clássica estrutura aristotélica dos três atos descritos na *Poética* e os principais arquétipos que a protagonizam na análise das estruturas narrativas dos roteiros dos filmes para avaliá-los e indicar ajustes, tendo como base as fases da jornada descrita por Campbell.

Em relação aos arquétipos que compõem a jornada, Vogler (2015, p. 63) os entende como emanções ou facetas da personalidade do herói. Ele define oito arquétipos principais, com suas funções psicológicas e dramáticas:

- *herói*, o protagonista mais ativo, que representa o ego (transcendência do ego/separação), responsável por integrar todos os arquétipos, aquele que se autossacrifica, que passa obrigatoriamente por um crescimento/aprendizado (transformação), que enfrenta a morte, funcionando como principal janela do espectador na história e estabelecendo a identificação com a plateia;
- *mentor*, o self, o deus dentro de nós, relacionado à imagem de um dos pais, tem a função dramática de ensinar, motivar, inventar, presentear, plantar e iniciar;
- *guardião de limiar*: representa as neuroses e tem como função criar obstáculos e testar o herói;
- *arauto*: aquele que anuncia as mudanças e desafia o herói;
- *camaleão*: representa o animus/anima (arquétipos do masculino no feminino e de feminino no masculino, segundo Jung) e tem a função dramática de projetar o ideal interior e trazer dúvidas;
- *aliado*: tem a função de humanizar o herói e acrescer outras dimensões a sua personalidade, tornando-o mais aberto e equilibrado;
- *sombra*: representa traumas, culpas e emoções negadas ou escondidas, tem a função dramática de desafiar o herói e é geralmente o principal antagonista; e
- *pícaro*: representa a antítese do ego, tem como função dramática questionar o status quo, trazer para o real e gerar o alívio cômico.

A jornada do herói e os arquétipos adaptados da obra de Campbell no guia prático de Vogler – assim como as regras para se desenvolver um roteiro, propostas em famosos guias para roteiristas, como os de Syd Field e Robert McKee –

predominam nas narrativas de maior sucesso, desde a era clássica de Hollywood até a contemporânea era dos *blockbusters*. Se as teses de Jung, Durand e Campbell estão corretas, tal eficiência não é uma surpresa, já que a jornada do herói é o principal padrão (se não o único, segundo Campbell) na forma humana de contar uma história e, portanto, é esperada essa redundância do monomito e dos principais arquétipos que o compõem. Assim, antes de Campbell identificar a jornada do herói e Vogler adaptá-la em um conjunto de orientações para os roteiristas, os filmes *mainstream* hollywoodianos já apresentavam a estrutura narrativa do monomito e seus arquétipos, e continuaram a fazê-lo.

A rigor, no entanto, o que muitas vezes é identificado ou trabalhado como um arquétipo no cinema hollywoodiano e em outros polos da indústria audiovisual que seguem suas matrizes narrativas não corresponde aos conceitos de arquétipo desenvolvidos por Jung, Durand e Campbell. Muitas vezes, *personagens planos* ou *bidimensionais* são tratados como arquétipos, o que é um equívoco na perspectiva do conceito aqui discutido. Nesse sentido, os arquétipos equivaleriam aos *personagens redondos* ou *complexos*, sendo os bidimensionais ou planos apenas estereótipos, como veremos a seguir.

### **Construção de arquétipos e estereótipos em filmes e séries**

A construção de personagens arquetípicos demanda longos arcos narrativos. Isso ficou mais evidente com o sucesso das séries televisivas que apresentam *narrativas complexas* (MITTEL, 2012) em que o arco dos personagens percorre vários episódios, muitas vezes várias temporadas. A serialização – diferente do modo procedimental, com seus episódios autoconclusivos e independentes – permitiu aos roteiristas e *showrunners* aprofundarem a construção dos personagens, especialmente quanto a suas características psicológicas e comportamentais. No cinema *mainstream*, o roteirista tem em média duas horas de narrativa para construir seus personagens, o que limita o aprofundamento.

A concepção junguiana define cada arquétipo com aspectos positivos e negativos, como vimos no arquétipo da Grande Mãe, composto pela *mãe terrível* e pela *mãe bondosa* (NEUMANN, 1974). Desenvolver essa dicotomia dos arquétipos, além de criar personagens formados por vários arquétipos – à semelhança do ser humano real –, é um desafio que demanda tempo e espaço no universo diegético. Obras cinematográficas como *Citizen Kane* (*Cidadão Kane*, 1941), de Orson Welles, e a trilogia *The godfather* (*O poderoso chefão*, 1972-1990), de Francis Ford Coppola, e séries televisivas seriadas, como a pioneira *Twin Peaks* (*Twin Peaks*, 1990-2017),

criada por David Lynch e Mark Frost, *Breaking Bad* (2008-2013), criada por Vince Gilligan, e *Game of Thrones* (2011-2019), criada por D. B. Weiss e David Benioff a partir da obra *A song of ice and fire*, de George R. R. Martin, são exemplos de narrativas que desenvolveram personagens arquetípicos de forma bem-sucedida e se tornaram referências no universo ficcional<sup>3</sup>.

Parte significativa das narrativas audiovisuais, no entanto, apresenta protagonistas que não são arquetípicos (redondos/complexos), e sim estereotipados (planos/bidimensionais). O *estereótipo*, nesta perspectiva de construção de personagens nas narrativas audiovisuais, deve ser entendido como *uma degradação dos arquétipos*. Isto significa que, enquanto o personagem arquetípico, composto por um ou vários arquétipos, apresenta características psicológicas, morais e comportamentais contraditórias (positivas e negativas), o personagem estereotipado apresenta apenas um desses aspectos (positivo ou negativo).

É um equívoco, portanto, entender que personagens unidimensionais, como o herói que apresenta apenas traços positivos ou o vilão com características unicamente negativas, sejam respectivamente representações do arquétipo do herói e da sombra. Na verdade, eles são estereótipos, pois apresentam apenas uma das dimensões de seus arquétipos, enrijecendo a dinâmica que os arquétipos necessariamente impõem aos personagens, fazendo-os oscilar psicológica, comportamental e moralmente entre características positivas e negativas.

### O caso Walter White

Um exemplo de construção bem-sucedida de personagem arquetípico é o de Walter White, protagonista da série televisiva *Breaking Bad*, cujas características são apresentadas ao longo de 62 episódios em cinco temporadas.

Antes de analisarmos o caso de Walter White, vejamos alguns elementos do processo de construção de um personagem ficcional. Egri, em sua obra seminal *The art of dramatic writing*, afirma que o ser humano – além de ter as três dimensões (largura, altura e profundidade) que todo objeto possui – tem três dimensões adicionais, que são: a *fisiológica*, a *sociológica* e a *psicológica*: “sem um conhecimento

---

<sup>3</sup> É preciso ressaltar que esses exemplos não esgotam a questão. Identificar a construção de personagens arquetípicos ou estereotipados no cinema *mainstream* é algo mais evidente por uma série de razões – entre elas a da estratégia dos grandes estúdios de repetirem padrões narrativos de sucesso em função de um modelo de negócios com alta aversão a riscos. Já nas produções dos chamados “cinema independente”, “alternativo” ou “de arte”, a questão torna-se mais complexa, pois busca-se intencionalmente ou não a quebra dos padrões “hollywoodianos” desde o processo de criação dos roteiros, o que demanda um estudo específico sobre esse tipo de construção narrativa e seus resultados em termos de composição dos personagens.

dessas três dimensões não podemos avaliar um ser humano” (EGRI, 2009, p. 33). Assim, a construção de um personagem ficcional deve centrar-se no desenvolvimento dessas três dimensões, que juntas formam o que o autor chama de “esqueleto do personagem”. Elas estabelecem as características essenciais que impulsionam a ação do personagem na narrativa, sendo que as dimensões fisiológica (sexo, idade, altura, peso, aparência etc) e sociológica (classe social, ocupação, nível educacional, etnia, religião etc.) impactam a dimensão psicológica (padrões morais, ambições, temperamento, atitudes ante a vida etc.) (EGRI, 2009, p. 34-37).

Entendemos que os arquétipos são, nesse modelo proposto por Egri, uma subdimensão no âmbito psicológico – a do inconsciente coletivo – que interage e é moldada por outras dimensões na dinâmica de construção comportamental e moral do personagem. No caso de *Breaking Bad*, tomando como referência a arquetipologia junguiana, pode-se constatar que Walter White é um personagem complexo composto principalmente pelos arquétipos do *herói*, da *sombra* e do *paterno (mentor)*.

Vejamos as principais características (positivas e negativas) que o personagem traz de cada um desses arquétipos:

- *Herói*: White é um tipo específico de herói, o *anti-herói*. Conforme a descrição de Vogler (2015, p. 73-75), o anti-herói se comporta de modo muito semelhante ao herói convencional, mas é cínico ou carrega uma ferida: é um herói trágico, que pode não ser admirável nem despertar amor, e cujas ações podem ser até deploráveis; é um *herói com defeitos*, que nunca consegue ultrapassar seus demônios íntimos e acaba derrotado e destruído por eles. Em *Breaking Bad*, White se sacrifica – uma característica essencial e positiva do herói – para prover sua família de boas condições financeiras ante a ameaça de morte por um câncer de pulmão recém-descoberto. Esse sacrifício, no entanto, se dá ingressando na vida criminosa, com a produção e tráfico de metanfetamina, o que torna White um personagem também cínico. O mesmo ego que o impulsiona a se sacrificar faz dele um ser dotado de *hybris*, aspecto negativo do arquétipo do herói, uma vez que seu descomedimento, sua ambição de fabricar a mais pura droga do Sul dos Estados Unidos, busca superar frustrações profissionais, sua autopercepção de perdedor (*looser*), do brilhante químico que acaba como um professor secundarista, desrespeitado e amargurado. O lado negativo do arquétipo do herói remete à *sombra*.

- *Sombra*: arquétipo que, segundo Jung, traz aspectos obscuros do caráter e da personalidade – pequenas fraquezas, defeitos e porções inferiores da personalidade, cujas camadas mais baixas quase não se podem distinguir das pulsões de um animal. Fazem parte desse arquétipo todas as porções reprimidas, inferiorizadas e culposas de uma pessoa (HARK, 2000, p. 122-124). Para Vogler (2015, p. 111-115), a sombra representa as psicoses: é onde moram os monstros reprimidos de nosso mundo interior; a sombra pode ser todas as coisas de que não gostamos em nós mesmos e todos os segredos obscuros que não queremos admitir. Em *Breaking Bad*, além da *hybris*, White revela traços de um sujeito egoísta, manipulador e dissimulado (camaleônico), especialmente nas relações com seu parceiro Jesse Pinkman e seu cunhado Hank Schrader. O aspecto positivo do arquétipo da sombra é a consciência dos lados obscuros do ser humano, pois se estes não são percebidos ou bloqueados podem levar a neuroses (HARK, 2000, p. 122). Essa consciência mostra a imperfeição do humano e contém suas ambições de pureza heroica. Assim, o que humaniza White é justamente a manifestação de seu lado sombrio, de suas fraquezas.
- *Paterno (mentor)*: é a representação da ordem e da força. Assim como o arquétipo materno, tem seu lado bondoso e terrível, podendo ser ora o protetor e educador, ora o tirano e destruidor (HARK, 2000, p. 24). Pode aparecer como o mentor ou velho(a) sábio(a). Segundo Vogler (2015, p. 80), a imagem do mentor, que tem relação íntima com a imagem dos pais, representa “o self, o deus dentro de nós, o aspecto da personalidade que está conectado com todas as coisas”. Entre suas funções dramáticas está a de ensinar e orientar o herói, além de ser o provedor de um objeto mágico, um conselho ou uma pista e o inventor (mago ou cientista). White surge como mentor não só de seu filho, mas principalmente de seu parceiro, o jovem Pinkman, que já foi seu aluno e agora é seu sócio na fabricação e tráfico de metanfetamina. É com Pinkman que vemos se manifestar com mais frequência os dois aspectos do arquétipo paterno em White: nos ensinamentos e proteção que dá ao jovem (aspectos positivos) e na tirania e controle que exerce sobre a vida dele (aspectos negativos).

Há, ainda, a possibilidade de ampliar essa análise olhando para a construção do personagem a partir da arquetipologia de Gilbert Durand (2002). No caso de Walter White, observamos que ele é resultado da manifestação de pelo menos seis (alto-baixo, claro-escuro, puro-impuro, profundo, íntimo e escondido) dos dez arquétipos-atributos estabelecidos por Durand (Figura 2), oriundos tanto das lógicas diurnas como das noturnas do trajeto antropológico (Figura 1), o que indica sua completude e complexidade como personagem ficcional.

Vejam as principais características, na perspectiva durandiana, que o personagem traz dos conjuntos de arquétipos-atributos:

- *Alto-baixo, claro-escuro e puro-impuro*: as oposições arquetípicas que estabelecem a valoração positiva do alto, claro e puro ante a valoração negativa do baixo, escuro e impuro se manifestam principalmente nas características de White como herói e como pai/mentor. Um dos aspectos arquetípicos que se destaca no protagonista é a oposição herói-monstro. White transita entre as características de um “herói lunar” (fruto das imagens arquetípicas do que é alto, claro e puro), um herói resignado que se submete à ordem do destino – diferentemente do “herói solar”, que é sempre um guerreiro violento para quem o que mais importa são os efeitos de sua ação no mundo (DURAND, 2002) – e a de um *monstro* (fruto das imagens arquetípicas do que é baixo, escuro e impuro). White é, no ponto de partida, um homem resignado com sua condição de fracassado, que poderia ter um futuro brilhante como químico mas se contentou em ser professor secundarista e, para complementar a renda, empregado de um lava a jato. No entanto, quando toma ciência da morte iminente em razão de um câncer no pulmão, emerge nele um lado sombrio – um alter ego que nomeia como Heisenberg para transitar no mundo do crime e alcançar não apenas a meta de deixar sua esposa e filhos em boas condições financeiras, mas também a de mostrar o seu real valor, atingindo o elevado patamar correspondente a suas habilidades e conhecimentos como químico. Essa tentativa de ascensão é símbolo do que Durand (2002) define como a preocupação de reconquistar uma potência perdida, um tônus degradado pela queda. Outra característica que se destaca na construção do personagem de White é a do pai/mentor, que remete à oposição arquetípica chefe-inferior na arquetipologia durandiana. Aqui também aparece a ideia de elevação,

de poderes superiores, uma vez que elevação e potência são sinônimos, e a contemplação a partir do alto dá a sensação de uma súbita dominação do universo (DURAND, 2002). Mais uma vez, as oposições arquetípicas ficam aqui evidentes: White, seja enquanto pai de seu filho adolescente ou como chefe e mentor de seu parceiro Pinkman, tem atitudes que transitam entre os polos do alto-baixo, claro-escuro e puro-impuro.

- *Profundo, íntimo e escondido*: a personalidade de White é composta também por arquétipos que o caracterizam como introspectivo e depressivo, por um lado, mas protetor e acolhedor por outro. O herói lunar, resignado, representa também a queda, só que aqui transmutada em mergulho íntimo e profundo, expresso pelos muitos momentos de dúvidas existenciais e angústias morais de White, que ao mesmo tempo lhe revelam aspectos que já pareciam mortos em sua personalidade, como o desejo e a vitalidade sexual. Para Durand (2002), a descida pode ser um eufemismo para a queda, transformando-a em prazer: a queda é transmutada em mergulho íntimo, na lentidão da descida visceral que se diferencia da caída súbita e rápida.

É preciso ressaltar que as atribuições arquetípicas ao personagem, descritas aqui a partir tanto da arquetipologia junguiana como da durandiana, têm na realidade uma configuração dinâmica. Os elementos da imagem do personagem (sua representação, o que inclui a imagem do ator e sua performance) e a *mise-en-scène* têm papéis essenciais para que os arquétipos funcionem, isto é, para que eles possam estabelecer uma identificação com o espectador (a visão rígida empregada na descrição tem, portanto, uma finalidade apenas didática). Esse, no entanto, é um aspecto que demanda uma reflexão que pode ser explorada em futuros artigos.

Não há aqui a pretensão de esgotar a análise dos arquétipos presentes no protagonista de *Breaking Bad*. Buscou-se apenas, a título de exemplo, mostrar como o recurso às características positivas e negativas de cada arquétipo pode resultar na construção de personagens complexos e intrincados.

O recurso, durante o processo de criação, à ideia dos arquétipos em sua plenitude – que podem ser entendidos como elementos que compõem uma subdimensão psicológica do modelo de Egri – pode ajudar a construir personagens mais completos, responsáveis por estabelecer uma janela de identificação mais instigante entre o espectador e a narrativa. Assim como no caso de Walter White, o resultado de tal prática no processo criativo de filmes e séries de TV é geralmente a construção de personagens verdadeiramente arquetípicos, e não simples estereótipos.

## Considerações finais

A concepção contemporânea de arquétipo tem seus fundamentos estabelecidos na primeira metade do século XX, por Jung, que tornou o arquétipo e o inconsciente coletivo elementos essenciais na prática terapêutica da psicologia analítica. Como vimos ao longo deste artigo, a tese junguiana é testada e explorada por estudiosos como Joseph Campbell, que, com seus extensos trabalhos investigativos sobre mitologias e narrativas, ajudou a estabelecer evidências da manifestação das imagens arquetípicas – pois só é possível reconhecer a existência e manifestação de um determinado arquétipo a partir de seu preenchimento por imagens arquetípicas de forma universal e atemporal. Vimos também que, com uma perspectiva mais pragmática, Christopher Vogler adapta a ideia de arquétipos de Jung e a tese da jornada do herói, ou monomito, de Campbell em uma espécie de manual para roteiristas e avaliadores de roteiros em Hollywood.

De forma mais inovadora, a concepção junguiana de arquétipos será revisitada e retrabalhada na investigação antropológica sobre a imaginação e o imaginário levada a cabo por Gilbert Durand, a partir dos anos 1960, com resultados que contribuem para a consolidação de uma teoria sobre os arquétipos.

Durand parte da concepção estabelecida por Jung do arquétipo como *imagem primordial, universal e atemporal*. No entanto, em vez de colocar os arquétipos como a base da psique humana, Durand os desloca para a fronteira da mediação entre as pulsões biopsicológicas do ser humano e as coerções dos mundos social e natural as quais ele está sujeito. Os arquétipos na concepção durandiana passam a ser um elemento derivado de características fisiológicas (reflexos dominantes) e das estruturas e esquemas psicológicos figurativos relacionados a esses reflexos, o que contribui significativamente para oferecer uma explicação para a origem dos arquétipos.

A partir da definição teórica de arquétipo proposta por Jung e ampliada por Durand, observamos no estudo de caso do personagem Walter White, protagonista da série televisiva *Breaking Bad*, o quão enriquecedor pode ser o uso da teoria dos arquétipos na construção de personagens de narrativas audiovisuais. Mas, para tanto, conforme destacamos, há a necessidade de compreender o que são realmente os arquétipos e a complexidade, multidimensionalidade e paradoxos que muitas vezes ensejam para a composição das funções psicológicas, comportamentais e morais de um personagem. Quando não se atentam para isso, ou ao terem de construir uma narrativa com um tempo de duração limitado, insuficiente para a construção plena de um personagem em sua complexidade, muitas vezes os criadores de filmes e séries acabam por construir protagonistas que são meros estereótipos, uma versão degradada de um ou mais arquétipos.

## Referências

- ANAZ, S. A. L. “Processo criativo na indústria do audiovisual: do roteiro ao imaginário”. *Galáxia*, São Paulo, n. 38, p. 98-113, 2018.
- BARING, A.; CASHFORD, J. *The myth of the goddess: evolution of an image*. London: Penguin, 1993.
- CAMPBELL, J. *O herói de mil faces*. São Paulo: Cultrix; Pensamento, 1997.
- DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. São Paulo: Martins Fontes, 2002.
- EGRI, L. *The art of dramatic writing: its basis in the creative interpretation of human motives*. Hawthorne: BN Publishing, 2009.
- FRYE, N. *Anatomia da crítica*. São Paulo: É Realizações, 2014.
- HARK, H. *Léxico dos conceitos junguianos fundamentais: a partir dos originais de C. G. Jung*. São Paulo: Loyola, 2000.
- JUNG, C. G. *Psicologia e religião*. Petrópolis: Vozes, 1978.
- JUNG, C. G. *Os arquétipos e o inconsciente coletivo*. Petrópolis: Vozes, 2014.
- MITTEL, J. “Complexidade narrativa na televisão americana contemporânea”. *Matrizes*, São Paulo, ano 5, n. 2, p. 29-52, 2012
- NEUMANN, E. *A grande mãe*. São Paulo: Cultrix, 1974.
- OTTO, R. *O sagrado*. São Leopoldo: Sinodal, 2007.
- PROPP, V. *Morfologia do conto maravilhoso*. São Paulo: Forense Universitária, 2006.
- ROSS, A. G. “Tomando decisões criativas nos estúdios da Hollywood contemporânea”. *Rumores*, São Paulo, n. 22, v. 11, p. 89-115, 2017.
- VOGLER, C. *A jornada do escritor: estrutura mítica para escritores*. São Paulo: Aleph, 2015.

Submetido em: 15 jul. 2019 | Aprovado em: 15 mai. 2020