



**A DERROTA DO HERÓI: UM ESTUDO SOBRE A CONSTITUIÇÃO  
ARQUETÍPICA NA CONSTRUÇÃO DA NARRATIVA DA PERSONAGEM  
KILLMONGER NO FILME PANTERA NEGRA**

**Joyce Luiza Alves Botelho<sup>1</sup>**

**Gutemberg Alves Geraldes Junior<sup>2</sup>**

**RESUMO:** Os arquétipos são abordagens eficientes para entender e induzir o público e, por isso, se tornam importantes para as áreas de comunicação e publicidade. Dentre as funções presentes nos arquétipos, está a da construção de narrativas. Assim, este trabalho tem como objetivo identificar a identidade arquetípica representada pelo personagem Killmonger do filme Pantera Negra e expor a importância da utilização de estruturas arquetípicas na construção de narrativas. Para atingir esse objetivo, foram utilizados autores como Jung (2000), Mark e Pearson (2003) e Couto (2004). O artigo aborda tópicos como definição de arquétipo e o desenvolvimento de narrativas por meio dos arquétipos. Por fim, o trabalho também visa apontar a utilização dos arquétipos em diferentes áreas. Após a análise proposta - baseada na fundamentação e no estudo do filme - é possível afirmar que o personagem em questão possui, de maneira predominante, o arquétipo do herói. Porém, sua experiência de vida fez com que as características negativas desse arquétipo surgissem, tornando-o fora-da-lei seu subarquétipo. Ainda, este artigo comprova a importância dos arquétipos na construção de narrativas e no conhecimento amplo de um público ou de uma marca, tornando-se significativo para as áreas de comunicação e publicidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Arquétipos. Herói. Narrativa.

## **1 INTRODUÇÃO**

Atrair a atenção e persuadir o consumidor é um dos principais objetivos da publicidade. Assim, é preciso utilizar diferentes técnicas para entender suas necessidades e despertar o interesse sobre produtos ou serviços. Dentre essas abordagens, os arquétipos são um exemplo das que são utilizadas pelos profissionais da área. Isso porque, de acordo com Jung (2000), são imagens e sensações armazenadas no inconsciente coletivo que geram modelos de comportamento. Sendo assim, na área de comunicação, os arquétipos podem ser fontes de inspiração, inclusive na narrativa de filmes e livros, conforme abordado

---

<sup>1</sup> Graduada Publicidade e Propaganda, Faculdade Satc. E-mail: joyceluizabotelho@gmail.com

<sup>2</sup> Professor de Publicidade e Propaganda, Faculdade Satc. E-mail: gutemberg.geraldes@satc.edu.br



nesta pesquisa (COUTO, 2004). Na publicidade, quando usados corretamente, os arquétipos atuam influenciando o consumidor e despertam as reações esperadas. No entanto, a utilização de arquétipos é utilizada frequentemente na construção de personagens para outras áreas da comunicação como, por exemplo, o cinema. Conforme Couto (2004), a indústria cinematográfica utiliza das estruturas arquetípicas para o desenvolvimento de suas narrativas desde a origem da sétima arte. Afinal, a história é o grande elemento a ser retratado na confecção do filme. E, justamente por este alinhamento dos arquétipos com esta área da comunicação - o cinema - é que esta pesquisa tem o objeto proposto.

Assim, o tema central deste artigo é *a Constituição arquetípica na construção da narrativa da personagem Killmonger no filme Pantera Negra*. O tema vai determinar o objetivo geral desta pesquisa que é, justamente, analisar a constituição arquetípica na construção da narrativa da personagem. Para tal, os objetivos específicos são: (a) verificar as características e ações que constituem o personagem e (b) averiguar como essas características se enquadram nos modelos de arquétipos existentes.

A justificativa se dá pelo fato da pesquisadora possuir interesse particular nas três temáticas principais deste estudo: comunicação, cinema e arquétipos. Além disso, julga-se fundamental que o curso de publicidade e propaganda da Faculdade SATC, tenha em seu *corpus* de pesquisa, estudos que enveredem por temas transversais, como é o caso do objeto cinema. Afinal, promover estudos em torno do cinema é facilitar e contribuir para que esse veículo seja utilizado e referenciado no ambiente da publicidade. Tendo em vista que as narrativas de ambas se entrecruzam pela atenção do espectador/consumidor. Esta pesquisa justifica-se ainda por contribuir para um aumento no escopo da pesquisa acerca da comunicação, bem como servir de base teórica para novos alunos e/ou pesquisadores que venham a estudar essa temática ou necessitem dela para definir melhor sua pesquisa, além de estar alinhada com a linha de pesquisa *Comunicação audiovisual e Tecnologias Digitais* do GECeD – Grupo de Estudos em Comunicação e Design.

O fato é que entender a complexidade dos arquétipos, e como eles podem ser aplicados - seja em propagandas, filmes ou livros - faz com que permita uma geração espontânea de empatia com o público, além de fazer com que se acredite que os ideais de uma empresa são semelhantes aos quais defende. Dessa



forma, é essencial para os profissionais da área entender a influência dos arquétipos e suas funções na forma como é realizada a comunicação.

Esta pesquisa se classifica como um estudo de natureza básica, pois de acordo com RAUEN (2002), é uma pesquisa que busca novos conhecimentos e não necessita, obrigatoriamente, de uma aplicação imediata. Além de ser um trabalho analítico baseado em parâmetros arquétipos. A abordagem é identificada como qualitativa, afinal, não é necessária uma pesquisa de dados estatísticos, considerando a natureza objetiva de uma coletividade (GERHARDT e SILVEIRA, 2009). Quanto aos procedimentos técnicos, se desenvolvem a partir de pesquisa bibliográfica e um breve estudo de caso do filme Pantera Negra, cujo lançamento em 2018, constitui-se como um grande sucesso de bilheteria, conforme o OCA - Observatório Brasileiro do Cinema e do Audiovisual (2018).

## 2 O QUE SÃO OS ARQUÉTIPOS

Os arquétipos podem ser utilizados para facilitar a narração de uma história e são aplicados - seja conscientemente, ou não - em narrativas de filmes e livros. De acordo com Jung (2000) - um dos autores pioneiros nessa área de estudo - os arquétipos são os conteúdos presentes no inconsciente coletivo. Esse autor acredita que “a camada mais profunda da *psique* é o que chamamos de inconsciente coletivo. Coletivo pelo fato de o inconsciente não ser de natureza individual, mas universal” (JUNG, 2000 p.15). Conforme Jung: “o inconsciente coletivo possui conteúdos e modos de comportamento, os quais são *cum grano salis* os mesmos em toda parte e em todos os indivíduos” (JUNG, 2000 p. 15). Ou seja, são conteúdos idênticos, presentes na *psique* de todos os seres humanos. De acordo com Campbell (1990) os arquétipos podem ser considerados ideias de “base”, isto é, conteúdos que formam a base da *psique*.

Ratificando as ideias de Jung e de Campbell, Couto (2004) explica que os arquétipos possuem possibilidades de impulsionar e controlar comportamentos. Ou seja, para Couto (2004), eles induzem emoções por meio de neurotransmissores, causando assim, sentimentos conscientes. Eles possuem o poder de causar reações emocionais, comportamentais e sentimentais. Portanto,

---

<sup>3</sup> Do latim: “com um grão de sal. Isto é brincadeira; não é verdade”. Disponível em: <https://www.dicionariodelatim.com.br/cum-grano-salis/>



são capazes de induzir ações da camada mais profunda da *psique*, trazendo à tona sentimentos, emoções e comportamentos primordiais.

O inconsciente pessoal, de acordo com Jung (2000), contém experiências conscientes e experiências individuais e constitui-se em sua maior parte de complexos emocionais. Portanto, o inconsciente pessoal é composto por experiências particulares, que podem ser reprimidas ou esquecidas. Sensações, representações e emoções são os conteúdos presentes no inconsciente pessoal. Jung (2000, p. 51) afirma ainda que “os conteúdos do inconsciente coletivo nunca estiveram presentes na consciência, portanto não foram adquiridos individualmente”. Esses conteúdos - os chamados arquétipos - devem sua existência apenas à hereditariedade. Jacobi (1957) mostra que os arquétipos são componentes independentes, frutos da *psique* inconsciente e existem, antes de qualquer evento. Argumento que ratifica o pensamento de Jung (2000), ao afirmar que o inconsciente coletivo é constituído fundamentalmente por arquétipos.

Para Jacobi (1957), o inconsciente coletivo, conceito fundamental na teoria junguiana, é composto essencialmente por arquétipos, imagens e padrões que são herdados e estão presentes na *psique* humana desde os primórdios, fazendo assim, com que a ideia do inconsciente coletivo esteja inteiramente ligada à hipótese dos arquétipos. A autora ainda afirma que os arquétipos são fatores que impulsionam elementos psíquicos por meio de imagens arquetípicas. Assim, são chamadas de arquétipos, as imagens primitivas inseridas no inconsciente coletivo desde o princípio. A saber, simultaneamente, imagem e emoção. Dessa forma, os arquétipos constituem-se como fundamentos ocultos na profundidade da *psique* inconsciente. Jacobi (1957, p. 42) acredita ainda que “o arquétipo, como imagem do impulso, é, do ponto de vista fisiológico, um objetivo espiritual para o qual é impelido pela sua natureza”.

Pode-se afirmar que o arquétipo e a consciência são elementos similares. Pois, para Vieira (2003), o arquétipo é “a percepção do instinto de si mesmo” e a consciência “é uma percepção interior do processo vital objetivo” (VIEIRA, 2003, p. 57). Assim, a consciência é relacionada com a percepção interior, com características e finalidades de comportamento. Por outro lado, como uma ressonância aos estudos de Jung, o inconsciente - onde os conteúdos arquetípicos estão presentes - determina a forma e destinação do instinto por meio de arquétipos.



De acordo com Jung (apud VIEIRA, 2003, p. 141), a apreensão dos conceitos dos arquétipos acontece de forma empírica, ou seja, para o pesquisador alemão, os arquétipos são “formas de apreensão, e todas as vezes que nos deparamos com formas de apreensão que se repetem de maneira uniforme e regular, temos diante de nós um arquétipo, quer reconhecamos ou não o seu caráter mitológico”. Vieira (2003) ainda aborda essas formas de apreensão explicando que o instinto é considerado um impulso cego, sem precedente consciente, enquanto os arquétipos são os conteúdos presentes no inconsciente. No entanto, não é possível definir o que veio primeiro, instinto ou apreensão. Como Vieira (2003) acredita que são os arquétipos e instintos que constituem o inconsciente coletivo; isso o leva a afirmar que identificar “o arquétipo como ‘forma de apreensão’ faz com que ele seja um órgão que regula a atividade de apercepção a partir de uma relação com os instintos” (VIEIRA, 2003, p. 57).

Trilhando um caminho semelhante ao de Vieira (2003), Mark e Pearson (2003) vão além ao afirmarem que a ideia do arquétipo não é utópica. Esse pensamento levou as autoras a desenvolverem uma estrutura para descrever melhor aqueles que mais se repetem nas atividades sociais. Abaixo pode ser vista a Tabela 01 com cada um deles:



Tab. 1: Os arquétipos e suas funções básicas na vida das pessoas

Arquétipo	Ajuda as pessoas a
Criador	Criar algo novo
Prestativo	Ajudar os outros
Governante	Exercer o controle
Bobo da Corte	Se divertirem
Cara comum	Estarem bem assim como são
Amante	Encontrar e dar amor
Herói	Agir corajosamente
Fora-da-lei	Quebrar as regras
Mago	Influir na transformação
Inocente	Manter ou renovar a fé
Explorador	Manter a independência
Sábio	Compreender o mundo em que vivem

Fonte: Mark e Pearson (2003, p. 27)

As autoras ainda apresentam os arquétipos e suas motivações ramificadas:

Tab. 2: Arquétipos e motivação

Motivação:	Estabilidade & controle	Pertença & prazer	Risco & maestria	Independência & satisfação
	Criador	Bobo da Corte	Herói	Inocente
	Prestativo	Cara Comum	Fora-da-lei	Explorador
	Governante	Amante	Mago	Sábio
Medo do consumidor	Ruína Financeira, doença, caos incontrolável	Exílio, orfandade, abandono, ser esmagado	Ineficácia, impotência, desamparo	Cair na armadilha, ser traído, vazio
Ajuda o consumidor a:	Sentir-se seguro	Ter amor/ comunidade	Realizar-se	Encontrar a felicidade

Fonte: Mark e Pearson (2003, p. 31)

Com o conhecimento de seus doze tipos mais vistos na sociedade, pode-se partir, na próxima seção, para o entendimento aprofundado dos arquétipos que



serão utilizados na análise desta pesquisa.

## 2.1 O ARQUÉTIPO DO HERÓI

Conforme supracitado na Tab. 2, os arquétipos do herói, mago e fora-da-lei, são movidos pelos mesmos ideais: risco, maestria e poder. Assim, os três arquétipos almejam os holofotes e buscam deixar sua marca no mundo e dessa forma, também possuem características semelhantes entre si. Afinal, de acordo com Mark e Pearson (2003, p. 111), todos eles “se erguem contra alguma realidade limitadora, repressiva ou prejudicial”. As autoras também relacionam os arquétipos citados com seus impulsos, explicando que o herói, por exemplo, prioriza o seu povo e aquilo que acredita ser sagrado. Portanto, corre riscos pessoais para derrotar as forças do mal. Por outro lado, segundo Mark e Pearson (2003), o fora-da-lei quebra regras culturais - ou seja, pode não se importar com a ética imposta pela sociedade - para favorecer os menos afortunados ou a si próprio. Por fim, o mago tem a função de transformar ou curar a sociedade.

No entanto, este estudo priorizará o entendimento do arquétipo do herói, que será utilizado mais tarde na análise. Para entender tais arquétipos, é preciso abordar a ideia de Meletínski (1998) ao afirmar que o arquétipo do herói é semelhante ao do anti-herói e como eles podem estar ligados na mesma pessoa. Portanto, é possível identificar a influência de mais de um arquétipo em um único indivíduo. Para exemplificar, Mark e Pearson (2003, p. 112) afirmam que “o polo negativo do herói deságua no fora-da-lei, pois a verdadeira meta do herói primitivo é vencer a todo custo - uma meta que sempre é nobre e bela”. Assim, pode-se afirmar que o arquétipo do herói e do fora-da-lei são semelhantes e dependem do curso da história para serem distinguidos corretamente. No quadro abaixo, é possível visualizar algumas características que pertencem aos dois arquétipos.



#### Quad. 1: O Herói

Desejo: provar o próprio valor por meio de ação corajosa e difícil
Meta: exercer a maestria de modo a melhorar o mundo
Medo: fraqueza, vulnerabilidade, "amarelar"
Estratégia: tornar-se tão forte quanto lhe for possível ser
Armadilha: arrogância, desenvolver a necessidade de que exista sempre um inimigo
Dons: competência e coragem

Fonte: Mark e Pearson (2003, p. 114)

Conforme supracitado, existe uma linha tênue entre o arquétipo do herói e do fora-da-lei. De acordo com Mark e Pearson (2003) os dois arquétipos sentem raiva, a diferença entre eles é a forma como essa raiva é direcionada. Enquanto a meta do herói é transformar o mundo em um lugar melhor, a meta do fora-da-lei - como pode ser vista abaixo no Quadro 2 - é destruir aquilo que não funciona.

#### Qua. 2: O Fora-Da-Lei

Desejo: vingança ou revolução
Meta: destruir aquilo que não funciona (para ele próprio ou para a sociedade)
Medo: não ter poder; ser comum ou inconsequente
Estratégia: rebentar, destruir ou chocar
Armadilha: passar para o lado sombrio, criminalidade
Dons: irreprimível, liberdade radical

Fonte: Mark e Pearson (2003, p. 132)

Para Mark e Pearson (2003), o herói sempre está em busca de um desafio, é aquele que luta pela justiça, defende os menos favorecidos e não é definido apenas por sua força física.

Campbell (1990) acredita que o herói tem como objetivo:

salvar um povo, ou uma pessoa, ou defender uma ideia. O herói se sacrifica por algo, aí está a moralidade da coisa. Mas, de outro ponto de vista, é claro, [pode-se] dizer que a ideia pela qual ele se sacrificou não merecia tal gesto. É um julgamento baseado numa outra posição, mas que não anula o heroísmo intrínseco da proeza praticada (CAMPBELL, 1990, p. 141).





Em sua obra *O herói de mil faces*, Joseph Campbell (1997) desenvolveu uma estrutura chamada de Jornada do Herói, na qual aponta todos os estágios que o arquétipo do herói enfrenta. A jornada pode ser considerada uma ilustração da trajetória realizada por quem carrega esse arquétipo: “é o caminho que leva a pessoa a empreender vivências que a fazem mudar padrões de comportamento conscientes e inconscientes” (MARTINEZ, 2008, p. 53). A autora ainda afirma que “Campbell propõe a jornada do herói em 17 etapas, divididas em 3 fases”.

Martinez (2008) foi uma das autoras que analisou a Jornada do Herói de Campbell. Segundo essa análise a jornada do herói possui três fases: ‘A partida’, ‘A iniciação’ e ‘O retorno’. Na primeira fase da jornada do herói - denominada de ‘A partida’ - estão presentes as seguintes etapas: (a) chamado à aventura; (b) recusa do chamado; (c) encontro com mentor; (d) travessia do primeiro limiar e (e) o ventre da baleia. Na fase ‘A partida’, ele começa a se encontrar como um herói, por esse motivo pode acabar pensando em desistir de sua identidade. Assim, passa por uma crise existencial até assumir seu verdadeiro papel. Na segunda fase da jornada – denominada de ‘A iniciação’ - estão presentes as etapas: (a) o caminho das provas; (b) o encontro com a deusa; (c) a mulher como tentação; (d) sintonia com o pai; (e) a apoteose e (f) a bênção última.

É neste momento que o herói vivencia provações e tentações. Ele precisa descobrir um equilíbrio e priorizar a sua missão no mundo. Por fim, na terceira e última fase, - denominada de ‘O retorno’ - estão presentes as etapas: (a) a recusa do retorno; (b) a fuga mágica; (c) o resgate com auxílio externo; (d) a passagem pelo limiar do retorno; (e) senhor de dois mundos e (f) liberdade para viver. Como o herói foge do mundo real, nesta fase, ele precisa aprender a se adaptar novamente ao cotidiano e transmitir os conhecimentos adquiridos a seus pares.

Martinez (2008, p. 56) ainda alega que essa estrutura desenvolvida por Campbell “parte de questões sutis, como a imaginação e os auxiliares sobrenaturais para relatar a evolução adquirida pelo herói durante sua jornada”. A figura abaixo exemplifica a Jornada do Herói:

Fig.1: A jornada do herói



Fonte: Artemisiaarteterapia

O herói - assim como os outros onze arquétipos - é complexo e possui dentro de si uma gama de comportamentos que podem ser simples ou não. Portanto, é necessária uma análise minuciosa para identificação nos indivíduos. Assim, para ser realizada a análise a seguir, é preciso, no próximo capítulo, compreender a sua aplicação dentro de narrativas, como as utilizadas no cinema.

### 2.1.1 A função dos arquétipos na construção de uma narrativa

Tratando-se de um conceito universal - presente na *psique* de todos os seres humanos - os arquétipos podem ser fontes de inspiração e auxiliam qualquer atividade, desde a construção de marcas, até a narrativa de filmes e livros. Couto (2004) afirma que a indústria cinematográfica faz uso dos arquétipos na construção de suas narrativas desde o início do cinema, sem risco de erro, pois possuem em mãos os conceitos arquetípicos. Quando um arquétipo é empregado corretamente na construção de uma marca ou narrativa, é possível provocar as reações emocionais esperadas, isso porque eles estão presentes no inconsciente e desencadeiam tais reações.

Segundo Jung (2000), os arquétipos já estão internacionalizados no inconsciente coletivo de todos os seres humanos, portanto, não se pode inventar um novo. De acordo com Couto (2004), um filme que utiliza estruturas arquetípicas



na construção de seus personagens, só pode fazer sucesso quando emprega o arquétipo adequado. Couto (2004, p. 78) afirma ainda que, o arquétipo selecionado “despertará uma específica resposta neuronal, provocando a emoção exata que se quer”. Para Mark e Pearson (2003), quando um produto é associado a um significado, já entra em território arquetípico e quando associado a um arquétipo adequado - sejam marcas, filmes, livros e até mesmo figuras públicas - auxiliam a gerar os sentimentos desejados junto ao público.

Os arquétipos são abordagens poderosas, mas como cita Mark e Pearson (2003), assim como beneficiam um produto ou narrativa, podem prejudicá-los. Um arquétipo possui um conjunto de comportamentos, sejam simples ou avançados, positivos ou negativos. Dessa forma, as autoras afirmam que: “quando os arquétipos estão ativos em uma pessoa, podem empurrá-la para uma história desagradável com a mesma facilidade quando levam à uma história feliz” (MARK E PEARSON, 2003 p. 46). Por isso, Campbell (1997) afirma que é possível criar qualquer história a partir da estrutura básica da “Jornada do Herói”. Essa proposição é válida, pois a jornada permite a identificação de todos os passos que devem ser seguidos para a construção de uma narrativa.

### 3 KILLMONGER: HERÓI OU FORA-DA-LEI?

Para iniciar a análise proposta, é necessário explicar o enredo do objeto de estudo - o filme *Pantera Negra* - para que o entendimento se faça por completo. O filme com título original *Black Panther*, foi lançado em fevereiro de 2018 com a direção de Ryan Coogler. Considerado um grande marco para a representatividade negra, atingiu recordes de bilheteria nos Estados Unidos. Segundo o site *ComicBook4*, *Pantera Negra* desbancou o clássico *Titanic* que ocupava o 3º lugar de maior bilheteria nos Estados Unidos há 21 anos. Na FIG. 2 é possível observar o pôster oficial do filme.

---

4 <http://shootthebreezecomics.com/2018/04/07/black-panther-domestic-box-office-reaches-titanic-preportions/>

Fig. 2: Pôster oficial do Filme Pantera Negra



Fonte: Adoro Cinema

O filme<sup>5</sup> conta a história de uma nação que possui tecnologia extremamente avançada, pois se localiza em uma região que foi, há milhões de anos, atingida por um meteorito de Vibranium - a substância mais poderosa do universo - afetando assim toda a flora do território. A partir dessa substância, foi possível realizar avanços que fizeram com que Wakanda possuísse tecnologias mais avançadas do que qualquer outra sociedade. Para manter o *Vibranium* a salvo, a nação de Wakanda decidiu se isolar e esconder a verdade sobre seu poder do mundo ao redor.

N'Jobu, príncipe de Wakanda e irmão do rei T'Chaka - que até então era o Pantera Negra - aceitou a missão de cão de guerra na América a serviço do rei, e passou a viver de forma semelhante ao restante das pessoas daquela localidade. Porém, ele acaba se apaixonando, tendo um filho e encara as dificuldades sofridas pelos negros no mundo exterior. Assim, percebe que a tecnologia possuída por Wakanda pode ajudar a mudar tal realidade. Por esse motivo, trai a sua nação, ajuda um traficante de armas a roubar o Vibranium e acaba morto pelo Rei T'Chaka, seu irmão. Anos depois, o rei morre e seu filho T'Challa se torna o novo rei e Pantera Negra daquela nação.

---

<sup>5</sup> <https://www.omelete.com.br/filmes/criticas/pantera-negra-critica>



O antagonista N'Jadaka, mais conhecido como Erik Killmonger - o personagem analisado neste artigo - é o filho de N'Jobu. Órfão e abandonado por seu tio e rei T'Chaka, foi criado pela sua mãe americana, sem contato com Wakanda, e encarou, desde cedo, todas as desigualdades que a população negra sofre atualmente. Dessa forma, durante toda a sua vida, Killmonger foi movido pela ideia do futuro e se preparou para chegar até Wakanda, lutar contra o rei e assim conseguir o trono, promovendo, a partir do Vibranium, o que ele acredita ser a libertação do povo negro, que pode ser relacionado com Haile Selassie (1936), quando afirma que "enquanto todos os africanos não se levantarem e falarem como seres livres, iguais aos olhos de todos os homens como são no céu, até esse dia, o Continente Africano não conhecerá a paz". Portanto, o filme se desenrola contando a história de Pantera Negra, atual rei de Wakanda, que como seus antecessores, luta para que o poder de seu país continue desconhecido do restante do mundo.

A partir da análise do objeto estudado pôde-se perceber que não se trata de uma narrativa maniqueísta, com a simples presença da dualidade clássica entre mocinho e vilão. Couto (2004, p. 78) afirma que o arquétipo adotado para uma narrativa "despertará uma específica resposta neuronal, provocando a emoção exata que se quer". Isso pode ser identificado na ligação do público com o personagem analisado, pois mesmo não concordando com os seus meios, o público reconhece que suas motivações são reais e humanas. Além das fortes representações arquetípicas que permitem o diálogo entre os arquétipos do herói e do fora-da-lei, é possível identificar uma semelhança de T'Challa e Killmonger, com dois dos principais líderes de influência no movimento negro que defendiam ideais diferentes, Martin Luther King foi um ativista norte-americano que lutou contra a discriminação racial, recebendo em 1964 o prêmio nobel da paz, enquanto Malcolm X foi um líder polêmico dos direitos civis dos negros nos Estados Unidos, que defendeu o nacionalismo negro. Enquanto um trazia consigo ideologias pacíficas de igualdade, o outro conduzia uma postura mais combativa. De acordo com Manning Marable (2001, p. 493), em sua primeira declaração em nome da mmii – Mesquita Mulçumana Inc - Malcolm X afirmou que "é criminoso ensinar um homem a não se defender quando ele é uma vítima constante de ataques brutais", um pensamento que visivelmente pode-se associar a Killmonger.

Conforme visto na seção anterior, por meio dos conceitos de Mark e Pearson (2003), que os arquétipos são modelos de comportamentos complexos e



possuem lados positivos e negativos que dependem do curso da história para sua distinção ser realizada. Como Meletínski (1998) afirma, o arquétipo do herói e do fora-da-lei são semelhantes e podem estar ligados à mesma pessoa. É possível identificar tais características na personagem estudada, visto que seu objetivo é realizar um rompimento com a sociedade e que em sua perspectiva, seria o melhor para o seu povo, não se importando com os meios que deveria seguir. Mark e Pearson (2003, p.112) afirmam que “o polo negativo do herói desagua no fora-da-lei, pois a verdadeira meta do herói primitivo é vencer a todo custo”. Todos os arquétipos possuem pontos positivos e negativos. Mark e Pearson (2003, p.116) ainda afirmam que “no nível mais baixo, o arquétipo do herói quer simplesmente predominar. O oponente é desvalorizado como sendo o “inimigo” ou alguém que merece ser destruído”.

Killmonger apresenta diversas características do arquétipo do herói durante o filme, e seu comportamento pode ser facilmente relacionado ao que é apresentado no Quadro 01, presente na sessão anterior (vide p. 7). Assim como o herói, ele tem como objetivo mostrar seu valor por intermédio de uma ação que exige coragem. Tal semelhança foi percebida no filme, visto que Killmonger cresce com o **desejo** de conquistar o trono por meio de uma batalha justa e assim, a **meta** de libertar o seu povo, a partir do uso do Vibranium, poderia ser cumprida. Para realizar esse feito e tornar o mundo melhor, assim como dita o arquétipo, pretende distribuir armas e recursos para que as pessoas tenham poder e possam se defender.

Sua semelhança com o herói se encontra ainda nas fraquezas: o **medo** do até então considerado vilão, é não conseguir conquistar seu objetivo, visto que se preparou para esse momento por toda a vida. Para se tornar o mais forte possível, teve como **estratégia** aprimorar suas habilidades lutando em diferentes guerras e organizações e afirma isso com orgulho, mais uma característica de quem carrega esse arquétipo. Killmonger também sofre com a **armadilha** do herói, a arrogância. Em determinado momento no filme ele demonstra seu pensamento falando a seguinte frase: “O mundo começará de novo e dessa vez estaremos no topo”. Essa fala representa o seu desejo de deixar de ser o oprimido para tornar-se o opressor, esquecendo a ideia inicial de igualdade. E como Mark e Pearson (2003) afirmam, o herói é movido pelo poder, priorizando o seu povo e o que acredita ser sagrado. Um outro claro sinal de sua arrogância pode ser percebido nas marcas

que faz em si mesmo para simbolizar cada indivíduo que matou em batalhas, vendo assim sua evolução como lutador. Por fim, seus **dons** são identificados na coragem de ir até um local que anteriormente o renegou e enfrentar uma batalha contra o rei T'Challa, além da competência de vencê-la. Na FIG. 3 pode-se visualizar as marcas que Killmonger faz em si mesmo para representar cada pessoa que ele matou:

Fig. 3: Marcas que Killmonger faz em si mesmo para representar cada pessoa que ele matou



Fonte: Cena filme Pantera Negra (2018)

De acordo com Mark e Pearson (2003) o herói prioriza o seu povo e aquilo que acredita ser sagrado, enquanto o fora-da-lei quebra regras culturais para favorecer a si próprio ou os menos afortunados. Killmonger deseja a liberdade do povo negro acima de tudo, como pode ser percebido em determinado momento do filme. Quando ele chega em Wakanda para falar com o rei T'Challa e afirma que: “Tem dois bilhões de pessoas no mundo que se parecem conosco, mas com vidas bem mais difíceis. Wakanda tem os meios para libertá-los” (PANTERA, 2008). Assim, o personagem desafia o rei à uma batalha - que implica desistência ou morte - pelo manto real e por Pantera Negra. Com a explicação das autoras acima e analisando as atitudes do personagem, é possível identificar um discurso de herói, porém, com ações agressivas consideradas pertencentes ao arquétipo do fora-da-lei. Afirmando mais uma vez seu comportamento fora-da-lei, Killmonger, logo após a vitória contra T'Challa e a cerimônia de coroação, ordena que queimem todas as

ervas-coração - ingrediente essencial para a cerimônia de coroação do rei. A cena pode ser visualizada abaixo na FIG.4:

Fig. 4: Killmonger assistindo as ervas coração sendo queimadas



Fonte: cena filme Pantera Negra (2018)

Campbell (1990, p. 141) acredita que o herói tem como objetivo “salvar um povo ou uma pessoa, ou defender uma ideia” e é exatamente esse o propósito de Killmonger, ele deseja, acima de tudo, a libertação do povo negro, dos menos favorecidos. Mark e Pearson (2003, p.115) afirmam que “os heróis sentem orgulho da sua disciplina, seu foco e sua capacidade de fazer escolhas árduas. São os protetores instintivos das pessoas a quem vem como inocentes, frágeis ou legitimamente incapazes de ajudar a si mesmas”. Podemos perceber essas características nas ações de Killmonger em diversas cenas do filme. Desde o início, ele apresenta uma postura forte de respeito a história dos seus ancestrais. Como pode ser visto na cena do museu, quando o personagem questiona a origem das peças: “Como você acha que os seus ancestrais conseguiram isso? Acha que pagaram um preço justo? Ou só pegaram, como pegaram todo resto ” (PANTERA, 2018).

Além disso, seu foco pode ser notado quando chega em Wakanda, revela seus planos e sua indignação pelo conformismo da realeza com a crueldade presente no mundo que os cerca. Isso é notado também, logo após sua coroação, quando afirma: “De onde eu venho, quando os negros começam as revoluções, nunca tiveram poder de fogo ou recursos. Onde estava Wakanda?” (PANTERA, 2018). A luta de Killmonger nunca foi contra Wakanda por si só, ou pelo Vibranium, ele lutava pela liberdade dos seus irmãos negros, que por séculos sofreram consequências de um mundo racista e cruel, onde ele nasceu e cresceu. O





personagem demonstra respeito pelo seu povo até na morte, quando afirma que prefere ser jogado no oceano como seus ancestrais que pularam dos navios negreiros, porque eles sabiam que a morte era melhor que a escravidão.

Relacionando o personagem com a jornada do herói de Campbell, que foi apresentada na seção anterior (vide, p. 9), pode-se identificar algumas etapas da jornada em que Killmonger transitou. Um exemplo é quando seu pai conta as histórias de Wakanda, sua terra natal. Ali ele está presente no **mundo comum**, possui consciência limitada do assunto. O **chamado à aventura** pode ser identificado no momento em que ele encontra o seu pai morto com as garras do Pantera Negra - seu tio T'Chaka - no peito. É quando reconhece a existência e realidade desse mundo. Atravessa o **cruzamento do limiar**, onde ele tem plena consciência desse mundo, se compromete com a mudança e toma como propósito encontrá-lo. No **ventre da baleia** é onde passa por testes, visto nas guerras e organizações em que o personagem esteve. Foi a partir desse momento que se preparou para sua grande mudança, se tornando tão forte quanto pudesse ser, sendo assim, sua **aproximação da caverna oculta**. A sua **provação suprema**, é a tentativa de uma grande mudança, fazer com que Wakanda compartilhe os seus recursos com o mundo ao redor, para que seu povo tenha poder e possa se defender (conforme FIG. 1).

Por fim, pode-se afirmar que Killmonger possui influência do arquétipo de herói na sua personalidade, mas após todas suas experiências negativas, foi corrompido, fazendo com que o potencial negativo desse arquétipo se manifestasse. Ou seja, o herói sucumbiu. Como Mark e Pearson (2003, p. 116) afirmam “No pior dos casos, os heróis se tornam arrogantes ou ameaçadores ou correm para uma morte prematura”. Killmonger viu o seu pai ser morto pela própria família e não teve o direito de conhecer sua terra natal, Wakanda. Foi abandonado e viveu em um mundo brutal e racista, alimentando o seu desejo de vingança e ao mesmo tempo, o sonho de proporcionar a libertação do seu povo. Existe uma proximidade visível entre a possibilidade de se tornar um herói nato ou não, e isso acaba chamando a atenção na construção da personagem em questão. Portanto ele buscou, por toda sua vida, possuir o poder necessário para conseguir conquistar o trono e liderar Wakanda à sua maneira, distribuindo recursos para os mais necessitados. Enquanto isso, T'Challa foi preparado a vida inteira para ser um



rei, cresceu em Wakanda aprendendo a respeitar e proteger a cultura local, mesmo sabendo da situação do mundo ao redor. Chadwick Boseman, ator que representa T'Chala, o Pantera Negra, deu a seguinte opinião em uma entrevista para o The Atlantic:

Eu interpreto o inimigo. T'Challa é o inimigo que eu sempre conheci: ele é o poder. Ele tem privilégios. Ele nasceu em um berço de Vibranium. Erik Killmonger é um afroamericano que está tentando encontrar suas raízes, essa busca está no filme. Eu não sei se os afroamericanos aceitariam T'Challa como um herói. Killmonger passou pelas mesmas dificuldades que a gente. T'Challa não (BOSEMAN; CHADWICK, 2018).

A fala de Boseman (2018) é uma ratificação do potencial de herói que a personagem de Killmonger traz ao longo da narrativa. É sabido, conforme Jung (2000), que há a presença de arquétipos e, no que tange a narrativa e as marcas, Mark e Pearson (2003) trazem ainda a possibilidade de subarquétipos. É difícil encontrar nas narrativas fílmicas do cinema hollywoodiano personagens tão próximos e tão distantes ao mesmo tempo. Onde o potencial heróico de cada um se define por meros detalhes, dessa forma, acredita-se que na maior parte do tempo da narrativa ora estudada, Killmonger se constitui e se apresenta com um arquétipo de herói, conforme análise apresentada nesta pesquisa. No entanto, não como o herói clássico, mas o herói que encontramos todos os dias nos guetos norte-americanos, nas favelas brasileiras, nas mais afastadas tribos africanas, afinal, a história da população negra no mundo, se apresenta como uma história de resistência. E o que é a figura do Killmonger ao longo da narrativa de Pantera Negra, senão um verdadeiro retrato da resistência tão inata à população negra? Killmonger é um herói arquetípico, seguindo uma jornada que é característica do herói e, talvez por isso, a população negra tenha se sentido tão bem representada em um filme de herói, onde impera, as referências heróicas do homem, branco, privilegiado, como Bruce Wayne, Tony Stark, Oliver Queen e tantos outros.

#### **4 CONCLUSÃO**

Conforme os estudos apresentados anteriormente, foi observado que os arquétipos são modelos de comportamentos que podem ser utilizados como fonte de inspiração na área da comunicação e, quando aplicados, possuem o poder de despertar emoções e reações desejadas. Portanto, esses aspectos permitem que se desenvolva uma relação espontânea de identificação e empatia entre o público



e o objeto em que foi aplicado. A partir disso e do estudo específico das características de cada arquétipo, pôde-se analisar o personagem Killmonger - do filme Pantera Negra - com os arquétipos (a) herói e (b) fora-da-lei, sendo que o primeiro, o principal, e o segundo surgindo como uma espécie de subarquétipo. Dessa forma, a pergunta problema e os objetivos desta pesquisa foram alcançados, uma vez que foi identificado o arquétipo pertencente à personagem analisada e se comprovou a características do arquétipo do herói na construção da narrativa dessa personagem, que supostamente, é o vilão do filme. Uma verdadeira inversão de valores ou, até mesmo, uma representação da sociedade atual, vista com o olhar cinematográfico, que é uma das principais funções do cinema atual.

No que diz respeito às características do herói, o personagem apresenta o desejo de vencer a qualquer custo, libertar um povo, ou pessoa indefesa. A personagem ainda representa o polo negativo desse arquétipo, que conforme a fundamentação, quando o lado negativo do arquétipo do herói está evidente, a personagem pode se tornar arrogante, ameaçador ou simplesmente ter o desejo de predominar. Como características do seu subarquétipo, o fora-da-lei, a personagem apresentou desrespeito quanto às regras culturais para favorecer os necessitados ou a si próprio. As características negativas do arquétipo do herói são fundamentadas no arquétipo do fora-da-lei fazendo com que assim, o fora-da-lei se torne o subarquétipo do personagem estudado.

Conforme a análise, onde foram atribuídas as características dos arquétipos do herói e do fora-da-lei, foi percebido que o personagem possui de forma predominante o arquétipo do herói. Porém, devido às dificuldades que vivenciou, o polo negativo do herói foi despertado, fazendo com que características do fora-da-lei também se tornassem presentes.

Ficou clarificado então a relação de empatia do público com o personagem e o seu discurso, quando o ator Chadwick Boseman que representa o rei T'Challa e Pantera Negra, afirma em uma entrevista para o The Atlantic: "Eu não sei se os afroamericanos aceitariam T'Challa como um herói. Killmonger passou pelas mesmas dificuldades que a gente. T'Challa não".

Este estudo além de demonstrar a importância do uso dos arquétipos como ferramenta para a área de comunicação - principalmente em construção de narrativas - aponta a complexidade que cada arquétipo pode possuir, suas amplas funções e características. Além disso, apresenta o poder que o uso dos arquétipos



possui, possibilitando a criação de uma relação de empatia com o público e desencadeando as reações e sentimentos esperados. No entanto, deixou margem para a realização de um estudo mais aprofundado de como os arquétipos podem se manifestar de maneiras diferentes em cada objeto e como as vivências de cada personagem podem alterar a forma como um mesmo arquétipo se manifesta.

## REFERÊNCIAS

BOSEMAN, Chadwick. Pantera Negra: Chadwick Boseman diz que T'Challa é o verdadeiro vilão do filme, 2018. Disponível em:

<<https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/pantera-negra-chadwick-boseman-diz-que-tchalla-e-o-verdadeiro-vilao-do-filme/>>. Acesso em: 27 mai. 2018.

CAMPBELL, Joseph. **O Herói de Mil Faces**. São Paulo, SP: Editora Pensamento, 1997.

CAMPBELL, Joseph. **O poder do mito com Bill Moyer**. Tradução de Carlos Felipe Moisés. São Paulo, SP: Palas Athena, 1990.

COUTO, Hélio. **Marketing e Arquétipos: Símbolos, Poder e Persuasão**. 1. ed. Santo André: Hélio Couto, 2004.

FRAZÃO, Dilva. Biografia de Haile Selassie, 2018. Disponível em: <[https://www.ebiografia.com/haile\\_selassie/](https://www.ebiografia.com/haile_selassie/)>. Acesso em: 27 mai. 2018.

GERHARDT, Tatiana Engel. SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

JACOBI, Jolande. **Complexo, arquétipo e símbolo na psicologia de C. G. Jung**. São Paulo: Cultrix, 1957.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e inconsciente coletivo**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2000.

MARABLE, Manning. Malcolm X – **Uma vida de Reinvenções**. São Paulo – Companhia faz letras, 2011.



MARGARET, Mark; PEARSON, Carol S. **O Herói e o Fora-da-lei: Como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos**. São Paulo: Cultrix, 2001.

MARTINEZ, Monica. **Jornada do Herói: A estrutura narrativa mítica na construção de histórias de vida em jornalismo**. 1.ed. São Paulo: ANNABLUME 2008.

MELETÍNSKI, E. M. **Os Arquétipos Literários**. Granja Viana - Cotia: Ateliê editorial, 1998.

OBSERVATÓRIO BRASILEIRO DO CINEMA E DO AUDIOVISUAL. Disponível em: < <https://oca.ancine.gov.br/> >. Acesso em: 25 mai. 2018.

PANTERA negra. Produção de Kevin Feige. Los Angeles: STUDIOS Marvel e PICTURES Walt Disney, 2018. 1 DVD.

RAUEN, Fábio. **Roteiro de Iniciação Científica**. Tubarão: Unisul, 2002.

VIEIRA, André Guirland. **Imagem, símbolo e narrativa na psicologia analítica de C.G. Jung**. Tese – Instituto de Psicologia, Universidade Federal do Rio Grande do Sul.