



ARQUÉTIPOS NAS SITCOMS: UM ESTUDO DE CASO SOBRE OS PERSONAGENS DA SÉRIE BROOKLYN NINE-NINE

Amanda Milanez Ronchi¹

Diego Piovesan Medeiros²

Resumo: Este artigo analisa de que forma os arquétipos estão ganhando forma no meio do entretenimento. Neste contexto, o objetivo geral é identificar os arquétipos nos personagens da série de TV Brooklyn Nine-Nine, comparando suas evoluções da primeira à última temporada. A fim de cumprir seu propósito, será necessário mapear as teorias arquetípicas de Carl Jung (2011) às teorias de Mark e Pearson (2003); A relação entre os personagens no entretenimento e a comunicação; e, a análise dos arquétipos na série, fazendo um estudo de caso nos episódios dos roubos de Halloween de quatro, das sete temporadas. O método de pesquisa utilizado foi a pesquisa exploratória, que analisa as causas e consequências do tema selecionado, fundamentadas nos estudos de Mattar (1994) e Richardson (1989). Com a realização da pesquisa verificou-se que os arquétipos se moldam e evoluem ao longo da narrativa, além de ser de extrema importância para o autor da obra, relacionar sabiamente as características do personagem com características humanas e verdadeiras, dos arquétipos.

Palavras-chave: Arquétipo. Personagens. *Brooklyn Nine-Nine*. *Sitcoms*.

1 INTRODUÇÃO

No cenário atual, entender o comportamento do consumidor para o marketing é essencial, pois o conteúdo que é posto na mídia é capaz de despertar emoções, convencê-los a adquirir novos produtos e até mudar sua forma de pensar. Conhecer esse comportamento não é uma tarefa fácil, mas existem algumas formas de encontrar resultados mais precisos. A utilização de arquétipos, por exemplo, se tornou uma ferramenta fundamental para facilitar a comunicação entre empresa e consumidor, onde se dá características às marcas para torná-la real e fazer com que o cliente se identifique com a mesma.

Segundo Mark e Pearson (2003), os produtos atraem e prendem a atenção do consumidor, pois eles incorporam um arquétipo, como os atores de filmes interpretam tais papéis para o personagem. Logo, as marcas que capturam a

¹Graduanda em Publicidade e Propaganda, semestre de 2022/2. E-mail: amandamronchi@gmail.com

²Professor do Centro Universitário UNISATC E-mail: diego.piovesan@gmail.com



personalidade ideal do seu público, dominam o mercado, como a Coca-Cola, por exemplo.

A partir daí, tem-se a necessidade de analisar como os arquétipos se manifestam nos conteúdos que circulam nas mídias. Pois além de ajudar empreendedores, que podem ter uma venda mais exata, conhecendo seu cliente ideal, relacionando-o com um arquétipo, também traz um retorno aos consumidores fazendo com que eles se reconheçam no perfil da marca.

Entretanto, a mídia vai além dos fatores de compra. São veículos que também transmitem entretenimento, e este por sua vez, pode trazer conhecimento para ser utilizado em processos de marcas. Com isso, dentro da perspectiva dos arquétipos, entendendo que o repertório da indústria do entretenimento possa ser útil para construção de personalidade de marca, surge a pergunta problema: Como os arquétipos se manifestam nos personagens da série de TV *Brooklyn Nine-Nine*?

Optou-se por escolher uma série de TV, lançada em 2013, com oito temporadas, sendo a última lançada em setembro de 2022. *Brooklyn Nine-Nine* conquistou seu público por fazer humor com o dia a dia da delegacia 99^a. Seus personagens são pessoas comuns que muitas vezes não seguem regras e isso os tornam engraçados.

Para que esta pergunta seja respondida ao longo deste artigo, o objetivo geral desta pesquisa é identificar os arquétipos nos personagens da série *Brooklyn Nine-Nine*, comparando suas evoluções da primeira para a última temporada.

A partir daí, é possível elencar o que será analisado nos próximos capítulos, tendo os objetivos específicos traçados: Descrever a relação entre as teorias arquetípicas de Carl Jung às teorias modernas de Mark e Pearson; Analisar a relação entre os personagens no entretenimento e a comunicação; e, observar os arquétipos na série, fazendo um estudo de caso dos episódios dos roubos de Halloween de quatro, das sete temporadas (um, três, cinco e sete).

Logo, ao observar o crescente impacto do entretenimento na vida das pessoas, tornou-se necessário abordar este assunto numa pesquisa mais complexa e aprofundada. Esta investigação justifica-se sob o ponto de vista pessoal da autora, optando por analisar uma série de TV de seu interesse.

Quanto ao cenário acadêmico, esta pesquisa justifica-se dentro do curso de Publicidade e Propaganda, pois aborda assuntos correlatos das disciplinas de Entretenimento e Conteúdo e Storytelling e Transmídia. Nesse contexto, pode-se



utilizar os questionamentos e caminhos de análise deste artigo para serem trabalhados nas disciplinas.

Para que os objetivos sejam atendidos, essa pesquisa é aplicada, quanto à sua natureza. Quanto à sua abordagem, possui natureza qualitativa, por analisar características e elementos de uma série de TV. Quanto aos seus objetivos, possui como metodologia, a investigação exploratória, utilizando de bibliografia, pesquisas em sites, referencial editorial e exemplos que ilustram a investigação. Assim, tem como procedimento de pesquisa o estudo de caso da série *Brooklyn Nine-Nine*. Com esse objeto de investigação, pode-se assim, analisar as relações arquetípicas dos personagens principais, entendendo suas nuances a partir das teorias de arquétipos de marca e como aparecem no entretenimento.

2 ARQUÉTIPOS

As características do ser humano vêm não só de herança, mas também de tradição e migração, onde é possível compreender que uma ou mais pessoas possuem semelhanças, pois são capazes de adquirir tipos de personalidades de quem os rodeia. Como por exemplo, o jeito de falar da mãe, o jeito de andar do pai, entre outros.

O termo "arquétipo" é muitas vezes mal compreendido, julgando-se que expressa certas imagens ou motivos mitológicos definidos. Mas estes nada mais são que representações conscientes. [...]. O arquétipo é uma tendência para formar estas mesmas representações de um motivo — representações que podem ter inúmeras variações de detalhes — sem perder a sua configuração original (JUNG; VON FRANZ, 2008, p. 83).

Esse aspecto de igualdade, pode ser relacionado diretamente com os arquétipos, que são “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” (JUNG, 2011, p. 65).

É importante lembrar, que não deve-se confundir arquétipo com estereótipo. O conceito de estereótipo consiste no poder de influência nas relações humanas, pois é comum dizer que as pessoas desejam seguir o padrão definido pela sociedade (CARDOZO, 2004).



“Os estereótipos são as imagens e contatos que estabelecemos com os elementos que existem à nossa volta no decorrer da vida diária. São os modelos sociais que tentamos imitar por representarem aquilo a que a sociedade almeja como um todo” (CARDOZO, 2004, p. 72).

Assim como os arquétipos são considerados um conjunto de imagens psíquicas, que formam um conjunto de informações inconscientes, onde motiva as pessoas a acreditarem que existem diferentes tipos de comportamentos. Os estereótipos são classificados como a ideia ou um modelo que se estabelece como padrão na sociedade, que muitas vezes gera conflitos no meio social.

Bem como Jung (2011), pautado pela psicologia, estudou e detalhou sua teoria arquetípica, Mark e Pearson (2003) realizaram uma gama de categorizações e organizações dos estudos de Jung e outros autores, onde não só pessoas se identificam com arquétipos, mas também as marcas comerciais. “Ao estudar a base arquetípica das marcas de sucesso, descobrimos que os 12 arquétipos principais se expressavam frequentemente na atividade comercial dos dias de hoje.” (MARK; PEARSON, 2003, p. 27).

O quadro a seguir mostra quais os principais arquétipos e suas funções na vida das pessoas, oferecendo um exemplo de uma marca que segue este estilo de vida.

Quadro 1. Arquétipos e suas funções básicas na vida das pessoas.

Os arquétipos e suas funções básicas na vida das pessoas		
Arquétipo	Ajuda as pessoas a	Exemplos de marcas
Inocente	Manter e renovar a fé	Ivory
Explorador	Manter a independência	Levi's
Sábio	Compreender o mundo em que vivem	Oprah's Book Club
Herói	Agir corajosamente	Nike
Fora da lei	Quebrar as regras	Harley-Davidson
Mago	Influir na transformação	Calgon
Cara comum	Estarem bem assim como são	Wendy's
Amante	Encontrar e dar amor	Hallmark
Bobo da corte	Se divertirem	Miller Lite
Prestativo	Ajudar os outros	AT&T (Ma Bell)
Criador	Criar algo novo	Williams-Sonoma
Governante	Exercer o controle	American Express

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

Os Arquétipos de Mark e Pearson (2003), são divididos em quatro grupos. Segundo as autoras, o primeiro representa o anseio pelo paraíso; o segundo é aquele que deixa sua marca no mundo; o terceiro, nenhum homem ou mulher é uma ilha e o quarto, é aquele que dá estrutura ao mundo.



No primeiro grupo tem-se três arquétipos que fornecem diferentes estratégias para a busca da realização. O **inocente** é aquele que escolhe uma vida mais simples e que acredita numa vida no paraíso. O **explorador** instiga uma sensação de não pertencer à sociedade, como o Patinho Feio procurando os seus. Logo, ele nunca está satisfeito e sempre procura algo melhor. Já o **sábio**, busca colaborar para o aprendizado ou a sabedoria, onde as pessoas estão abertas para tomar suas próprias decisões para melhorarem sua vida (MARK E PEARSON, 2003).

O segundo grupo geralmente são os protagonistas, onde são destemidos e correm o risco de suas vidas para mudar sua realidade e salvar a sociedade. O **herói** é aquele que derrota o mal e é glorificado por isso, defendendo a vida de outras pessoas. O **fora-da-lei** viola regras para beneficiar a si mesmo ou por aventura, como Robin Hood. Já o **mago**, cura e transforma, é visto como um visionário ou anjo andarilho (MARK E PEARSON, 2003).

“Os três arquétipos são os mediadores de tipos de vulnerabilidade bem diferentes daqueles que se relacionam à nossa necessidade de maestria, controle e poder”. Essa é a definição do terceiro grupo, por Mark e Pearson (2003, p. 167). O **cara comum** demonstra como é ser igual às outras pessoas, que explora uma boa conexão com os outros para se sentir parte de um grupo. O **amante** inspira e exalta o amor perfeito, são aqueles parceiros ou amigos que conhecem a vida inteira um do outro e enxergam uma vida de conto de fadas. Já o **bobo da corte** é o palhaço da turma, é espontâneo e brincalhão e que vê valor na vida interagindo e se divertindo com as pessoas.

Ambientes estáveis agradam o quarto grupo. O **prestativo** se importa com as necessidades das pessoas, deixando muitas vezes as suas de lado, ele tem a percepção de vulnerabilidade dos outros. O **criador** consegue se expressar por meio da arte ou criando novos produtos. Sua tarefa é expressar sua própria visão de uma maneira diferente do restante do mundo. Já o **governante** toma o controle de situações, administra e enfrenta desafios (MARK; PEARSON, 2003).

Para entender melhor cada um dos doze arquétipos citados, haverá a seguir uma breve explicação sobre cada um. E por esta pesquisa tratar-se de uma investigação dentro do cenário do entretenimento, cada tipo será conectado com uma personalidade do cinema e da cultura *pop*.

A promessa do **inocente** é ser feliz sendo você mesmo e que a vida não precisa ser dura, basta viver seus valores mais simples que dará certo, pois para ele

o paraíso é aqui e agora. “Nesta figura encontra-se a pureza infantil e a ingenuidade de acreditar em tudo e em todos.” (BIDARRA, 2015, p. 66). Seu lema é: “Somos livres para ser você e eu.” Alguns exemplos: o filme *Forrest Gump* (figura 1) e a canção “*Don’t Worry, Be Happy*”.

Figura 1 - Arquétipo Inocente. *Forrest Gump*.



Fonte: COUTINHO (2020).³

Enquanto o inocente vive seu paraíso no presente, o **explorador** é o contrário disso. Seu lema é: “Não levante cercas à minha volta”, pois sua personalidade não deseja o básico, ele busca um mundo melhor e livre. Um programa que representa este arquétipo é *Adventure Time* (figura 2), Hora da Aventura em português, onde Finn e seu irmão, Jake, que têm poderes mágicos para mudar de forma a vontade e explorar suas mais divertidas aventuras (LYTRON, 2022).

Figura 2 - Arquétipo Explorador. *Adventure Time* (Hora da Aventura).



Fonte: ZANETTI (2019).⁴

Poder utilizar a sabedoria e o conhecimento para obter uma vida melhor é um dos trabalhos do **sábio**. Bidarra (2015), aborda que este arquétipo é conhecido como o mentor, detetive e o especialista da situação, seu desejo é descobrir a verdade, pois como diz seu lema: “A verdade libertará você”.

³COUTINHO, Horácio. **Forrest Gump**: o contador de histórias. 2020. Disponível em: <https://vidasimples.co/ser/forrest-gump/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

⁴ZANETTI, Laysa. **Hora da Aventura vai ganhar continuação no HBO Max**. 2019. Disponível em: <https://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-151381/>. Acesso em 25 de ago de 2022.

É comum encontrar sábios em histórias de mistério, como *Sherlock Holmes* (figura 3), que é um detetive conhecido por usar a lógica e o método científico para solucionar casos.

Figura 3 - Arquétipo Sábio. *Sherlock Holmes*.



Fonte: STONE (2022).⁵

“Vivemos em uma sociedade orientada para a realização, onde se espera que as pessoas assumam grandes riscos e desenvolvam competência para contribuir com o bem social”. (MARK; PEARSON, 2003, p. 112). Este arquétipo é conhecido como o **herói**, aquele que não mede esforços para ter um mundo melhor. São conhecidos como guerreiros, ainda ambiciosos e buscadores de novos desafios, pois querem provar seu próprio valor por meio de um ato encorajador. Seu lema é: “Onde há vontade, há um caminho.” Os super-heróis (figura 4), como Mulher Maravilha, *Superman*, Capitão América, entre outros, são exemplos deste arquétipo.

Figura 4 - Arquétipo Herói. Vingadores.



Fonte: CARVALHO (2019).⁶

Para contrariar o herói, existe o **fora-da-lei**. Segundo Mark e Pearson (2003), há dois tipos de fora-da-lei: aqueles que quebram as regras para o bem da sociedade, sem a intenção de fazer o mal; e os vilões, que se satisfazem ao trazer

⁵STONE, Rolling. **Sherlock Holmes**: Robert Downey Jr. produzirá série sobre detetive na HBO Max; conheça. 2022. Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/entretenimento/sherlock-holmes-robert-downey-jr-produzira-serie-sobre-detetive-na-hbo-max-conheca/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

⁶CARVALHO, Victor. **TODOS os super heróis da Marvel que vão aparecer na Fase 4 do MCU**. 2019. Disponível em: <https://observatoriodocinema.uol.com.br/listas/2019/09/todos-os-super-herois-da-marvel-que-voao-aparecer-na-fase-4-do-mcu>. Acesso em: 25/08/2022.

medo às pessoas, carregando um lado sombrio e rancoroso. Ambos os lados, tornam-se raivosos por não receberem o devido valor que acham que merecem. Seu lema é: “As regras são feitas para ser quebradas”, pode-se perceber esta personalidade no personagem *Han Solo*, do filme *Star Wars* (figura 5).

Figura 5 – Arquétipo Fora-da-Lei. *Han Solo*, *Star Wars*.



Fonte: SIMÃO (2018).⁷

Para finalizar o grupo dos protagonistas, o **mag**o é aquele que torna os sonhos realidade, que “faz acontecer”. “O mago produz fascínio nas pessoas por mostrar o desconhecido, proporcionar momentos surreais e encantar as pessoas com seus devaneios.” (BIDARRA, 2015). O gênio da lâmpada do filme *Aladdin* (figura 6) é um exemplo deste arquétipo, ele promete três desejos a quem esfregar a lâmpada.

Figura 6 – Arquétipo Mago. Gênio, do filme *Aladdin*.



Fonte: GAGLIONI (2018).⁸

A comunicação e a interação com os outros indivíduos são alguns dos desejos do terceiro grupo. O **cara comum** tem como lema: “Todos os homens e mulheres são criados iguais”, pois acredita que nenhum é melhor que outro, todos são iguais e merecem aproveitar o mundo independente de classe social. A simplicidade

⁷SIMÃO, Miguel. **Han Solo**: uma história de Star Wars, em análise. 2018. Disponível em: <https://www.magazine-hd.com/apps/wp/han-solo-uma-historia-de-star-wars-critica-em-analise/>. Acesso em: 25/08/2022.

⁸GAGLIONI, Cesar. **Aladdin | Gênio de Will Smith será azul no filme**. 2018. Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/aladdin-genio-de-will-smith-sera-azul-no-filme/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

é uma das coisas que preza, além do sentimento de pertencimento a um grupo social. Esse arquétipo é muito comum nas *sitcoms* (comédias de situação). O personagem *Woody*, de *Toy Story* (figura 7), é um exemplo do cara comum.

Figura 7 – Arquétipo Cara Comum. Personagem *Woody*, do filme *Toy Story*.



Fonte: GANIKO (2019).⁹

Enquanto o cara comum deseja pertencer a um grupo, o arquétipo do **amante** quer e precisa ser desejado. Um dos seus objetivos é construir uma relação íntima e segura com as pessoas que o rodeiam, para que a tornem duradoura e valorizem a experiência do momento. Seu lema é: “Só tenho olhos para você”, onde é evidente, no caso de amor de Romeu e Julieta (figura 8). Eles vivem com o coração, são altruístas e, ainda que totalmente devotados um ao outro, às vezes podem desprezar seus próprios sentimentos, sua saúde e segurança para que o amor reine. (LYTRON, 2022).

Figura 8 - Arquétipo Amante. Romeu e Julieta.



Fonte: RIBEIRO (2018).¹⁰

Unir as pessoas pelo riso é um dos objetivos do **bobo da corte**. Fazer com que o dia das pessoas se torne mais descontraído, tranquilo e divertido é essencial pelo fato “...de vivermos em uma cultura séria” (MARK; PEARSON, 2003, p. 204). A

⁹GANIKO, Priscila. **Toy Story 4 | Tom Hanks publica foto ao encerrar gravações de Woody**. 2019, Disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/toy-story-4-tom-hanks/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

¹⁰RIBEIRO, Alex. **Romeu e Julieta**. 2018. Disponível em: <https://www.assistoporquegosto.com.br/blog/index.php/romeu-e-julieta/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

identificação do bobo da corte é: “Se eu não puder dançar, não quero tomar parte na sua revolução.” Como podemos observar no personagem Bob Esponja (figura 9), que em todo o momento está sorrindo e radiante.

Figura 9 – Arquétipo Bobo da Corte. Bob Esponja calça quadrada.



Fonte: SCARPA (2022).¹¹

Transmitir segurança aos indivíduos e estabelecer a ordem é a função do quarto e último grupo. O arquétipo **prestativo** é aquele que prioriza a proteção dos outros antes de si mesmo. Ele não mede esforços para cuidar de quem ama, se está tudo bem com eles, não importa o que ocorra consigo mesmo. “Ama teu próximo como a ti mesmo” é seu lema, pois sente-se bem ao ajudar causas sociais, educacionais, entre outros. Um exemplo deste arquétipo é o pai do Nemo (figura 10), de Procurando o Nemo. Marlin é aquele que está sempre preocupado e cuidando de todos.

Figura 10 – Arquétipo Prestativo. Marlin, do filme Procurando o Nemo.



Fonte: DISNEY (2022)¹²

Criar algo novo e de valor, é um dos desejos do **criador**. Ele é conhecido como artista, inventor e inovador. Pintar um quadro, fazer invenções, se expressar por meio das palavras, são dons que mostram-no quem é.

¹¹SCARPA, Sergio. **Nickelodeon anuncia grande especial para Bob Esponja**. 2022. Disponível em: <https://epipoca.com.br/nickelodeon-anuncia-grande-especial-para-bob-esponja/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

¹²DISNEY, Fandom. **Marlin**. Disponível em: <https://disney.fandom.com/pt-br/wiki/Marlin>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

O Criador dá importância à qualidade e não à quantidade; quanto mais inovador for seu projeto, melhor. Tenta dosar o vigor estético e artístico de sua auto-expressão; seu objetivo não é se exibir para a sociedade, e sim dar forma a uma visão, criar o novo. (BIDARRA, 2015, p. 70).

Um exemplo que explica o arquétipo do criador, é o filme Operação Big Hero (figura 11), onde *Hiro Hamada* descobre *Baymax*, um robô inflável que seu irmão estava construindo para ajudar na área da saúde.

Figura 11 – Arquétipo Criador. Operação Big Hero.



Fonte: GDPB (2021).¹³

Já o arquétipo do **governante** possui uma personalidade forte e autoritária, pois como diz seu lema: “O poder não é tudo... é só o que importa”. Isso mostra que ter controle da situação é o que mais deseja, pois sem poder ele se sente desprotegido. Elsa, uma das princesas da Disney (figura 12), tornou-se quem é, em virtude do que aconteceu em sua infância e com seus pais. Sendo uma pessoa forte e com raízes de liderança, como o próprio arquétipo.

Figura 12 – Arquétipo Governante. Elsa, personagem do filme Frozen.



Fonte: LMATHIAS (2014).¹⁴

Entendendo o quanto os arquétipos são importantes e possuem diferentes qualidades dentre seus grupos e tipos, pode-se compreender a complexibilidade da criação de uma estrutura de personagens para a construção de histórias na

¹³GDPB, Redação. **Marvel:** Personagens de ‘Operação Big Hero’ estão a caminho do MCU. 2021. Disponível em: <https://disneyplusbrasil.com.br/marvel-personagens-de-operacao-big-hero-estao-a-caminho-do-mcu/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

¹⁴LMATHIAS. **Princesa Elsa de Frozen é a mais popular da Disney.** 2014. Disponível em: <https://www.eonline.com/br/news/537042/princesa-elsa-de-frozen-e-a-mais-popular-da-disney>. Acesso em: 25 de ago de 2022.



publicidade e na ficção. Por isso, o próximo capítulo irá apresentar os entendimentos sobre a criação de personagens.

3 PERSONAGENS NO ENTRETENIMENTO

“Como um bruxo que vai dosando poções que se misturam num mágico caldeirão, o escritor recorre aos artifícios oferecidos por um código a fim de engendrar suas criaturas.” (BRAIT, 1985, p. 43). Para que um escritor possa escrever histórias, fictícias ou reais, são necessários alguns elementos para detalhar os acontecimentos, destacando em questão: os personagens. Eles são aqueles que ajudam a contar a história, dependendo do seu nível e grau de atuação, são considerados menos ou mais importantes.

Animais, pessoas ou até objetos podem ser considerados como personagens, isso depende de como eles irão ser classificados pelo escritor. Segundo Gancho (1991), esses são os tipos:

a) protagonista: É o personagem principal. Geralmente se divide em: herói ou anti-herói. O herói é aquele que possui uma característica superior, não necessariamente um superpoder, mas aquilo que o diferencia dos demais. Um exemplo a ser dado de personagem herói, é Neo, personagem de Matrix. Filme dirigido pelos irmãos Wachowski, que conta a história de um novo universo, onde as máquinas dominam os humanos, que viviam em um sono profundo. Aqueles que conseguiram se salvar, como Neo, formaram uma rebelião para salvar este novo mundo.

Já o anti-herói é aquele que possui as mesmas características que os demais, mas age como um herói, como o personagem principal, *Wade Wilson*, em *Deadpool*. O filme conta a história de Wade, um ex-militar que tenta uma experiência científica para lutar contra o câncer, mas acaba recebendo super habilidades. Ele aproveita seus novos dotes e vai atrás daqueles que destruíram sua vida.

b) antagonista: É conhecido como o vilão da história. Aquele que se opõe ao protagonista e dificulta seu trabalho, seja por meio de ações que o impeçam de salvar a cidade ou prejudicando as pessoas que o personagem principal ama. O antagonista é encarregado de gerar novos desafios ao herói. Thanos, o vilão dos Vingadores, é considerado um antagonista. Ele, que é o último de sua espécie, é obcecado pela morte e tem sede de destruição. Ao longo dos filmes ele destrói vários planetas, até que chega na Terra, onde encontra os Vingadores.



c) personagens secundários: São aqueles que não participam frequentemente da história. Sua importância não é tão grande quanto a de um protagonista ou antagonista. Geralmente sua função é ajudar o vilão ou herói com seus objetivos durante a narrativa. Um exemplo seria os pinguins de Madagascar. Filme que conta a história de um conjunto de animais, que fogem do zoológico onde residem e partem para África em busca de suas origens.

“A personagem é um ser fictício, ou seja, uma construção imaginária, fantasiosa, quimérica. Essa expressão carrega em si uma tensão paradoxal, uma vez que estabelece falta de nexos entre pessoa e imaginação” (PEREZ, 2010, p. 3). Além dos elementos da narrativa, existem também os elementos que caracterizam um personagem, seja, porte físico, estatura, como se veste, como fala, como pensa e como age. Mas, o mais importante é o caráter, onde ele revela a personalidade da figura dizendo muito sobre suas características psicológicas e sociológicas. Segundo Field (1979), todo personagem é criado por uma necessidade, onde na criação do mesmo, o autor se pergunta como ele influenciará na história, quais suas metas e objetivos.

De acordo com Ceia (2009), a caracterização de um personagem pode provir de duas formas, direta e indireta. A caracterização direta se faz por intermédio do narrador, que apresenta de maneira localizada os traços do personagem citado. Já a caracterização indireta, se faz por meio de ações do personagem, na qual o leitor precisa deduzir seus atos para desvendar suas características.

Field (1979) fala também que o comportamento e a atitude são elementos essenciais na construção de um personagem, pois eles dizem muito sobre a personalidade do mesmo. Se ele lida com ações de maneira séria e madura, tende a ser uma pessoa firme e com personalidade forte. Se ele lida de maneira retraída, tende a ser uma pessoa desconfiada e introvertida.

“Se você estabelece o comportamento de seu personagem dentro de uma situação dramática, pode proporcionar ao leitor ou ao público uma percepção de suas próprias vidas.” (FIELD, 1979, p. 38). Isso faz com que o leitor se identifique com a história, gerando valor à mesma.

Brasil (2019), alega a importância de atribuir personalidade ao personagem durante a história, logo “conhecer o personagem não é perda de tempo, pois quanto mais o conhecemos, mais diminui a necessidade de reescrever passagens inteiras ou mexer na concepção do livro.” (BRASIL, 2019, p. 39).

O comportamento e atitudes do personagem valem ser mencionados, visto que dizem muito sobre suas características. Assim, pode-se ligar diretamente aos arquétipos citados anteriormente, como por exemplo, uma pessoa com comportamento animado, alegre e de bem com a vida, pode-se conectar com o arquétipo do bobo da corte. Desta forma, se faz essa conexão com diferentes tipos de comportamento e arquétipos, como no entretenimento, por exemplo, em especial nas séries, que será abordado a seguir.

3.1 SERIADOS

A forma seriada de contar histórias se fortaleceu no final do século XIX e início do século XX, quando as histórias começaram a ser divididas em folhetins, onde gerava tensão e emoção ao público que aguardava ansiosamente pelo próximo capítulo/folhetim. Após isso, ainda no século XX, o meio de divisão por capítulos foi crescendo muito mais, ganhando vez no rádio, no cinema, dividindo longas metragem em pequenos capítulos, entre outros modos. (CASTILHOS, 2020).

Em 1962 foi lançado o primeiro seriado feito pela televisão brasileira, o Vigilante Rodoviário. Ele falava sobre as aventuras do patrulheiro Carlos Miranda e seu fiel escudeiro Lobo, seu cão, onde patrulhavam as rodovias combatendo lutas contra os bandidos (figura 13). O seriado tinha 38 episódios que eram exibidos na antiga TV Tupi de São Paulo. Uma curiosidade sobre o seriado, é que o ator principal se envolveu tanto em combater os crimes na rodovia, que se tornou policial na vida real, tenente coronel da reserva da Polícia Militar Rodoviária de São Paulo. (PROCIMAR, 2022).

Figura 13 – Capa do seriado, o Vigilante Rodoviário.



Fonte: PROCIMAR (2022).¹⁵

¹⁵PROCIMAR. **Primeiro seriado da TV brasileira.** Disponível em: <http://www.procimar.com.br/primeiro-seriado-da-tv-brasileira/>. Acesso em: 30 de maio de 2022.

Com a evolução da tecnologia e técnicas para melhorar e aprimorar os seriados, a televisão na casa dos telespectadores se tornou mais comum. Logo, os programas voltavam-se para este meio, devido ao grande sucesso. Tanto que em 2010, começaram a surgir os primeiros serviços de *streaming*, como Netflix, e hoje, Amazon Prime, Disney Plus, entre outros.

3.1.1 Sitcoms

As *sitcoms*, abreviação de *situation comedy*, em português comédia de situação, é um dos gêneros televisivos mais utilizados na televisão norte-americana, na categoria entretenimento. Uma de suas principais características, é fazer humor com temas cotidianos, como o dia a dia no local de trabalho, em uma casa, entre outros. Outra característica, são as histórias independentes em cada episódio, podendo tratar de temas diferentes em cada um. Além disso, eles são curtos, duram em média 25 minutos.

"A fórmula é mostrar cenas do cotidiano familiar com exagero das personagens do pai trabalhador, da mãe preocupada, do filho rebelde [...]" (SOUZA, 2015, p. 101). Este discurso apresenta proximidade com os telespectadores, fazendo com que os mesmos se identifiquem com o que está sendo transmitido.

Após muito sucesso na televisão, iniciou-se o surgimento de novas *sitcoms*, tornando este gênero mais comum no cenário atual. "A Grande Família" (figura 14) é um bom exemplo disso. Fez muito sucesso em 2001, contando a história de uma família tipicamente brasileira, na qual tinha suas diferenças, mas ajudavam uns aos outros a contornar situações agitadas.

a) **Figura 14** – A Grande Família.



Fonte: MATHEUS (2022).¹⁶

¹⁶MATHEUS, Igor. **Duplamente um clássico, há 18 anos A Grande Família voltava à TV.** 2022. Disponível em: <https://www.msnoticias.com.br/colunistas/post/duplamente-um-classico-ha-18-anos-a-grande-familia-voltava-a-tv/147/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.

Como a TV brasileira, a TV americana também possui grandes sucessos de *sitcoms*. Um deles é a série “*The Big Bang Theory*” (figura 15), que conta a história de dois melhores amigos que sabem muito sobre física quântica, mas em relação à conexão física e humana, não são muito bons. No entanto, tudo muda quando Penny, uma nova vizinha, chega para movimentar o grupo de amigos.

b) **Figura 15** – *The Big Bang Theory*.



Fonte: CORREIA (2015).¹⁷

c) Para finalizar, a série *Brooklyn Nine-Nine*. Lançada em 2013, ela conta a história de uma delegacia de polícia que enfrenta problemas e decisões importantes no seu dia a dia. Jake Peralta, ator principal da série, é um detetive brilhante e imaturo que enfrenta novos desafios após o novo capitão, Raymond Holt, se apresentar na delegacia 99^a.

d) Pela diversidade de personagens e seus mais diversos comportamentos, o presente artigo irá aprofundar a análise arquetípica dos protagonistas de *Brooklyn Nine-Nine* nas próximas seções.

4 METODOLOGIA

Para obter os resultados do problema apresentado, será feita uma pesquisa exploratória, com o intuito de proporcionar maior familiaridade do tema, para entender como ele funciona dentro deste âmbito. O estudo será fundamentado nos livros e artigos escritos pelos autores: Carl Jung (2008 e 2011); Margaret Mark e Carol

¹⁷CORREIA, Rita. **A Teoria do Big Bang - VIII**. 2015. Disponível em: <https://media.rtp.pt/extra/ficcao/nova-temporada-d-a-teoria-do-big-bang-na-rtp2/>. Acesso em: 25 de ago de 2022.



Pearson (2003); Carlos Ceia (2009); Beth Brait (1985); Clotilde Perez (2010); entre outros.

A pesquisa exploratória se baseia em conhecer as características de um caso, onde sucessivamente será pesquisado as causas e consequências sobre este dito caso. (RICHARDSON, 1989).

Ela visa prover o pesquisador de um maior conhecimento sobre o tema ou problema de pesquisa em perspectiva. Por isso é apropriada para os primeiros estágios da investigação, quando a familiaridade, o conhecimento e a compreensão do fenômeno por parte do pesquisador são geralmente insuficientes ou inexistentes (MATTAR, 1994, p. 84).

Partindo daí, esta autora percebeu uma relação entre os arquétipos ditos nas teorias de seus referenciais e os personagens dentro do entretenimento. Certamente cada dia mais ele está crescendo, por isso os autores buscam relacionar os personagens com tais características dos arquétipos, tendo cada um, sua personalidade. Logo, a série escolhida para ser o objeto de análise deste estudo de caso foi *Brooklyn Nine-Nine*, devido à descontração e ao senso humorístico do mesmo, por preferência da autora. Um estudo de caso, segundo Mattar (1994), pode ser caracterizado como um estudo de uma entidade bem definida que visa conhecer em profundidade o como e o porquê de uma determinada situação que se supõe ser a única em muitos aspectos, procurando descobrir o que há nela de mais essencial e característico.

Como parte do processo, o método de pesquisa favorece uma análise própria e facilitada, sobre como identificar os arquétipos dos personagens da série *Brooklyn Nine-Nine*, comparando suas evoluções entre a primeira e a sétima temporada.

Para a sucessão desta pesquisa, os personagens a serem analisados são: *Jake Peralta, Amy Santiago, Raymond Holt, Terry Jeffords, Rosa Diaz e Charles Boyle*. Na série, todo ano acontece um desafio na delegacia, o desafio do Halloween, onde os participantes tentam descobrir entre si quem é o detetive incrível/gênio simulando um roubo de um objetivo aleatório. Por isso, foi definido pela autora, analisar quatro desafios das sete temporadas (T1: E6; T3: E5; T5: E4; T7: E11), para construir uma relação entre cada um deles.

Justifica-se a escolha destes episódios por: (I) se passarem em um mesmo ambiente, a delegacia; (II) se passarem em uma mesma época do ano, o Halloween;



(III) terem a mesma trama e argumento de episódio, o desafio; e com isso, pode-se perceber se houve mudanças ou evoluções no comportamento e arquétipo de cada um dos personagens analisados.

5 OS ARQUÉTIPOS NA SÉRIE BROOKLYN NINE-NINE

Neste capítulo será analisado como os arquétipos se manifestam nos personagens da série *Brooklyn Nine-Nine*, disponível no catálogo da Netflix, baseando-se num desafio que se tornou comum e virou tradição em todas as temporadas, o desafio de Halloween. Abaixo, uma breve introdução sobre a série e os personagens.

5.1 A SÉRIE

Situada no *Brooklyn*, a delegacia de polícia 99^o, é o local onde muitas vezes Jake e sua equipe se divertem e se desentendem. A série ganhou telespectadores pelos seus personagens que, além de serem engraçados, mostram o dia a dia real do ambiente de trabalho. 99^a, como é chamada, tem como líder o capitão, *Raymond Holt* e, em sua ausência, o sargento, *Terry Jeffords*. Os detetives são: *Jake Peralta*, *Rosa Diaz*, *Charles Boyle* e *Amy Santiago*. Os mais experientes, Hitchcock e Scully parecem ser um pouco preguiçosos e insuficientes, mas já resolveram muitos casos pelo simples fato de trabalharem na delegacia há mais tempo.

O seriado criado por Dan Goor e Michael Schur, e dirigido por Phil Lord e Christopher Miller teve seu primeiro lançamento em 2013 e, em setembro de 2022 será a estreia de sua última temporada na Netflix. Ao longo de suas sete temporadas, acompanha-se o desenvolvimento da vida dos personagens, tanto profissionalmente, almejando cargos maiores na polícia ou quebrar recordes de casos solucionados, quanto pessoalmente, lidando com amizades e relacionamentos no local de trabalho.

5.2 OS PERSONAGENS

É comum que toda equipe de trabalho tenha suas desavenças e na 99^a não é diferente, muitas vezes alguém se frustra, mas no fim todos saem contentes. Juntos,

eles se divertem, prendem criminosos, resolvem assassinatos e vão ao bar do Shaw's, ponto de encontro dos personagens.

Figura 16 - Personagens *Brooklyn Nine-Nine*.



Fonte: STRAZZA (2019). Adaptado pela autora.¹⁸

Terry Jeffords (figura 16 A), é um homem de família, considerado um pai para todos na delegacia e não mede esforços para ajudar seus parceiros. Após o parto de suas gêmeas, o sargento não trabalhou mais como oficial em campo, pois o medo de não ver suas filhas crescerem o assombra ao longo da série. Terry é o conselheiro da 99^a, todos o adoram pelo fato dele ser extremamente gentil e carinhoso.

Charles Boyle (figura 16 B), não possui muitos dotes, como força física ou extrema inteligência, mas compensa seu trabalho com o esforço que faz para ajudar qualquer pessoa. Apresenta alguns problemas de auto-estima ao ter algumas desilusões amorosas, mas enfim conhece a mulher dos sonhos, *Genevieve*, que ao longo da série, juntos, adotam um filho chamado *Nikolaj*, realizando um de seus sonhos que é ser pai.

O capitão, *Raymond Holt* (figura 16 C), chegou na delegacia focado em seu trabalho, sério e exigente, mudando a maneira na qual os detetives trabalhavam. Uma vez que, um policial negro e homossexual, tem um cargo como capitão na polícia, é notório que sua trajetória não foi fácil para chegar onde está hoje. Sem demonstrar muitas emoções, Peralta o apelidou como robô, pois seu caráter rigoroso exala perfeição no que faz, sendo firmemente profissional e defensor das regras.

¹⁸STRAZZA, Pedro. “*Brooklyn Nine-Nine*” vai ganhar remake no Canadá. 2019. Disponível em: <https://www.b9.com.br/108436/brooklyn-nine-nine-vai-ganhar-remake-no-canada/>. Acesso em: 01 de set de 2022.



À procura de um mentor, *Amy Santiago* (figura 16 D), busca alguém para ajudá-la a realizar seu sonho de ser a pessoa mais jovem a se tornar capitã. Apaixonada e obcecada por regras e organizações, está sempre em busca da perfeição em tudo que faz. No entanto, ao se apaixonar por Jake, ela tem de superar muitas coisas, pelos hábitos desastrados e desorganizados dele. Além da competição que ambos fazem no ambiente de trabalho.

Jake Peralta (figura 16 E) é um detetive que pode ter seus defeitos, mas é um dos melhores da 99ª. Seu comportamento muitas das vezes é imaturo. Não é de seguir regras, mas com a chegada do Capitão *Holt*, Peralta tem de mudar alguns hábitos para agradá-lo. Seu jeito engraçado e descontraído não nega a preferência do trabalho em campo, prendendo os “caras maus”. Leva o seu trabalho muito a sério, mas também adora um desafio, como o de Halloween, que foi criado por ele.

Rosa Diaz (figura 16 F) é considerada o “cara durão” de qualquer filme ou série, quase todos têm medo dela. Por ser muito reservada, seus amigos não sabem muito sobre sua vida e nem onde mora e ela se orgulha disso. Assim como seu capitão, Rosa se assume homossexual ao decorrer da série, tendo dificuldade em revelar essa notícia aos seus pais e fazer com que aceitem ela do jeito que é.

5.3 ANÁLISE ARQUETÍPICA DOS PERSONAGENS

5.3.1 Temporada 1 - Episódio 6

O episódio começa com o dia de Halloween, 31 de outubro, o dia em que as pessoas usam fantasias para fazerem coisas proibidas. Esse é um dos motivos pelo qual Amy Santiago não gosta do Halloween, pessoas bêbadas e sob efeito de drogas, o que é difícil de ser aceito por uma pessoa como ela, que segue fielmente as regras e tem um comportamento impecável.

Figura 17 - Primeiro roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).¹⁹

Por outro lado, Charles Boyle é apaixonado por esta data, aparecendo com sua fantasia de Chef Mario Batali (figura 17 A), ele se diverte e tenta trazer um pouco desta alegria aos seus companheiros. Pode-se perceber, no comportamento de Boyle, o arquétipo do cara comum, que gosta de se integrar ao grupo e as culturas, fortalecendo seu sentimento de pertencimento. Segundo Mark e Pearson (2003), esse arquétipo tem como característica o realismo e a empatia, se adequando às novas realidades para adequar-se a algo.

Na sala de reunião, local onde todos os dias eles comentam sobre os casos em que trabalharão, Capitão Holt designa dois detetives para rondar uma festa de Halloween, Boyle e Amy. Ao decorrer da noite, Jake prende alguns ladrões, o primeiro é o menino banana, que tentou roubar um banco, mas ao tentar fugir, sua fantasia o impediu de passar pela porta giratória (figura 17 B). Peralta diz: “Todo enrolado aí né, otário! Aposto que tem uma penca de desculpas”. Com essa fala, é notório seu comportamento em relação à algumas situações do trabalho, onde ele zoa com o menino banana, pelo fato de sua tentativa de roubo ter dado errada. Esse comportamento, brincalhão e zoeiro, de Peralta se relaciona com o arquétipo do bobo da corte, onde este sempre busca trazer humor e sátiras para os acontecimentos da vida.

Após prender o banana na delegacia, Peralta se gaba de sua inteligência e diz que se fosse um bandido, ninguém o pegaria, mas Holt discorda dizendo que seria

¹⁹GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80004166?trackId=200257859>. Acesso em: 03 de nov de 2022.



uma tarefa fácil. Em virtude disso, não querendo ficar para trás, Jake propõe um desafio ao Capitão, oferecendo cinco finais de semana sem hora extra, contra preencher o relatório de prisões da mesma noite e declará-lo publicamente, um incrível detetive/gênio. O objetivo seria roubar o objeto de maior valor no escritório do Capitão, sua medalha por bravura até a meia noite (figura 17 C). Holt aceita a proposta e Peralta diz: “Esse é o robô pelo qual me apaixonei.” Isso afirma o que foi citado no tópico acima, em que Raymond não demonstra muitas emoções e sentimentos e por isso, é chamado de robô.

Ao longo da noite, os outros detetives também efetuam prisões, como Rosa, que ajuda um homem fantasiado de freira, pois teve sua carteira roubada por um bebê real gigante (figura 17 D). Ela acaba rindo da situação e contando que já estudou em um colégio católico, o que para muitos é surpresa, pois não conhecem muito sobre sua vida. O desconhecimento destas informações faz com que Rosa se relacione com o arquétipo fora-da-lei, onde ele acredita que quanto mais as pessoas souberem sobre sua vida, mais vulnerável ela estará, podendo assim, viver sua vida livre sem se preocupar com ninguém. Segundo Lytron (2022), este arquétipo não deixa nada ficar em seu caminho e também, nada controlar seus desejos.

Para iniciar o roubo da medalha, Jake tem algumas tentativas frustradas, mas com a ajuda de seus amigos ele consegue enganar o Capitão, bolando um plano criativo e ousado. Com o decorrer da noite, ele se veste de faxineiro (figura 17 E), põe fogo numa lixeira, coloca pombos na ventilação, e junta muitos bebês reais num mesmo lugar, mas em todas as vezes, Holt acaba descobrindo Peralta, entretanto, ele não sabe que tudo isso faz parte do plano.

Charles e Amy, na festa de Halloween, acabam prendendo alguns adolescentes por uso de drogas, mas Amy suborna um outro detetive para passar o resto da noite na festa de Halloween (figura 17 F). Mas, quando Charles descobre, isso o chateia, pois mesmo Amy não gostando deste dia, ele queria passar um tempo junto a ela.

Figura 18 - Continuação do primeiro roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²⁰

Faltando poucos minutos para meia noite, Amy entra na sala do Capitão e diz que Jake foi detido. Chegando na sala de interrogatório, Holt lamenta o fato de que Peralta teria que trabalhar cinco finais de semana sem hora extra, mas ele o contraria e começa a contar seu plano (figura 18 A).

Primeiro passo, enquanto Jake se vestia de faxineiro, Rosa estava escondida no escritório abrindo a fechadura da porta e, para distrair o capitão, Peralta põe fogo numa lixeira. Segundo passo, ele põe pombos na ventilação, fazendo com que Holt saia da sala, enquanto Amy abre a janela, para que no terceiro passo, enquanto Holt e Peralta estão na sala de interrogatório, Boyle entra no escritório do Capitão, rouba a medalha e leva até Jake. Isso, surpreende Raymond, pois muitas vezes ele duvida da inteligência de Peralta.

No final do episódio, Amy reúne todos para uma festa de Halloween, onde todos estão fantasiados (figura 18 B), com o intuito de agradar Charles, pelo fato ocorrido algumas horas atrás. “O Prestativo também está relacionado com o Inocente, porque geralmente é o prestativo que torna realidade o desejo do Inocente de construir um mundo belo e seguro.” (MARK; PEARSON, 2003, p. 234). Isso confirma a relação do arquétipo prestativo com Amy, que tenta agradar Charles, e ele se relaciona com o inocente, além também, do cara comum.

Holt pergunta a Peralta como ele conseguiu a ajuda de todos os detetives e ele conta que os subornou. Logo, Holt o consagra o primeiro e sensacional detetive/gênio (figura 18 C).

²⁰GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80004166?trackId=200257859>. Acesso em: 03 de nov de 2022.

5.3.3 Temporada 3 - Episódio 5

Figura 19 - Segundo roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²¹

Este episódio inicia com Charles no elevador conversando com o Capitão Holt a respeito de sua fantasia, pois ele não estava usando nenhuma, mas ele era sempre o único que usava. Logo que o elevador chegou, eles saíram e toda a equipe estava fantasiada (figura 19 A) e Charles se chateou e disse: “Senhor, permissão para eu correr até meu carro e pegar minha fantasia de emergência.” Isso comprova novamente o arquétipo do cara comum, pois segundo Lytron (2022), sua fraqueza é ser deixado de fora das coisas que acontecem em comunidade.

Em seguida, eles vão para a sala de reuniões conversar sobre o roubo desse ano, é o desempate entre Jake e Holt, para saber quem é o rei da 99^a. “Roubo de Halloween parte 3, o arrombamento” é como foi nomeado. Neste ano, os dois tentarão roubar o mesmo objeto, uma coroa que ficará trancada em uma maleta na sala do interrogatório (figura 19 B).

Formando as equipes: Holt, Terry e Gina contra Jake, Charles e Rosa. Santiago não é escolhida, pois Holt tem medo de que isso seja um truque de Jake, pois, há alguns episódios, os dois estavam namorando e Jake, tem medo de que também fosse um truque de Holt, afinal, Amy é fiel a ele, o admira. Então ela fica de fora (figura 19 C).

Com o roubo em andamento, a equipe de Jake faz a primeira tentativa e ela funciona com sucesso, pegam a coroa (figura 19 D) e guardam no armário de Peralta. Após a execução, Rosa diz: “Eu dei um salto mortal por uma janela, cortei a

²¹GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80028066?trackId=14277283>. Acesso em: 03 de nov de 2022.

maleta para pegar a coroa e substituí tudo em menos de 1 minuto.” Esta frase comprova o arquétipo de aventureiro/explorador, onde ela vive uma experiência diferente, trazendo adrenalina a si.

Após a operação, Peralta tenta proteger seu armário até a meia noite para a conclusão do desafio, mas o que ele não sabe é que Holt pôs um gravador em sua mesa, para saber de seus planos. Segundo ele, essa é uma de suas estratégias, deixar que o oponente se sinta confiante e pense que está vencendo. Em virtude disso, é visível observar o arquétipo de mago no Capitão Holt, onde ele planeja e sabe de todas as coisas. E, segundo Mark e Pearson (2003), sua armadilha para vencer, é tornar-se manipulador.

Com o plano de Holt em ação, eles distraem Jake com as filhas de Terry, as gêmeas, que pedem para tirar uma foto com ele (figura 19 E). Enquanto isso, Raymond usa a parafusadeira (figura 19 F) para tirar a coroa do armário e leva até o refeitório, porém, Peralta percebe e Holt acaba tendo que colocar a coroa no lixo. Após isso, os dois saem do refeitório e sem que eles saibam, o zelador tira os lixos da delegacia.

Quando Terry vai buscar a coroa ela não está mais lá. No comportamento de Terry, é visível sua empatia em relação aos companheiros, onde respeita e é respeitado. Visto como o “paizão” da delegacia, ele tenta cuidar de todos que estão ao seu alcance. Isso pode-se relacionar com o arquétipo prestativo onde algumas características são: a compaixão e generosidade. Segundo Mark e Pearson (2003), o prestativo é conhecido como o altruísta, o pai, o ajudante e o cuidadoso, podendo ser relacionado diretamente com o comportamento de Terry na 99^a.

Figura 20 - Continuação do segundo roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²²

²²GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80028066?trackId=14277283>. Acesso em: 03 de nov de 2022.

Jake e Holt discutem e os dois compreendem que nenhum está com a coroa. Eles procuram por ele e ao assistirem a filmagem das câmeras (figura 20 A), veem que o zelador foi o responsável. À procura do mesmo, todas as equipes vão até sua casa e lá, encontram Amy Santiago (figura 20 B). Ela conta que o plano foi milimetricamente planejado, pois depois de ninguém a acolher em uma equipe, ela decidiu roubá-la sozinha. Isso a consagra sábia, como o arquétipo, já que planejou tudo o que tinha que fazer para enganar as duas equipes, com inteligência e sabedoria, duas das características citadas no livro de Mark e Pearson (2003) para definir este arquétipo. Além disso, o comportamento de Amy diz muito sobre provar que é inteligente e que não é tão fraca quanto os outros pensam.

Amy diz: "Você achou que eu era um capacho do Holt e você achou que eu era só a namorada do Jake. É, mas eu sou uma pessoa e sou capaz de tomar minhas próprias decisões e sou capaz de humilhar todos vocês." Após isso, todos vão ao bar do Shaw's, para a coroação de Amy (figura 20 C), que é consagrada uma detetive incrível/gênio.

5.3.4 Temporada 5 - Episódio 4

Figura 21 - Terceiro roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²³

Para o quinto roubo de Halloween, Jake e Amy acordam e conversam sobre quem está mais adiantado, mas se surpreendem ao acenderem a luz e verem o Capitão Holt sentado na poltrona no quarto deles (figura 21 A), dizendo: "É hora do roubo!" e Jake diz: "Eu amo o Halloween!". Frase na qual é notório o comportamento

²³GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80217711?trackId=200257859>. Acesso em: 03 de nov de 2022.

imaturo de Jake, perceptível ao longo da série, quando ele toma decisões, lida com situações, entre outros.

Na sala de reuniões, o prêmio do campeonato é um cinturão de boxe, e neste ano, todos poderão participar, quando Raymond diz: “Todos são perdedores, nenhum de vocês tem qualquer chance contra mim”. Essa afirmação, pode se relacionar com o arquétipo do governante, onde ele deseja dominar ou controlar toda a situação, como o roubo e o processo dele. Segundo Mark e Pearson (2003), este arquétipo também se preocupa com sua imagem e seu prestígio.

O cinturão ficará suspenso no teto (figura 21 B), mas ao colocá-lo ali, as luzes se apagam e quando acendem, ele não está mais lá. Em seguida, uma filmagem em todos os computadores aparecem, onde uma pessoa fantasiada de lobo (figura 21 C), se passa por Gina, chantageando as pessoas para que elas façam coisas para ela e em troca, elas receberam dicas sobre a localização do cinturão.

Mas esse teatro não passa de um truque feito por Peralta e Boyle, com a ajuda de Bill, “o Charles falso” (figura 21 D), onde eles estão planejando tudo, há muito tempo. Porém, o que Jake não espera é a traição de Charles, que se junta ao time dos manés (Rosa, Terry e Boyle), como foi intitulado pelo mesmo (figura 21 E).

“Os manés” colocam a faixa embaixo de um servidor, que é muito pesado e somente Terry consegue levantar (figura 21 F).

Figura 22 - Continuação do terceiro roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²⁴

Ao saírem, Raymond descobre o plano do time, e cria um jeito, juntamente com Cheddar, seu cachorro, de pegar a faixa embaixo do servidor. Ele prepara um

²⁴GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/80217711?trackId=200257859>. Acesso em: 03 de nov de 2022.



cabo suspenso no teto que liga o servidor a um pedal, onde ao pedalar, o servidor se levanta e Cheddar pega a faixa (figura 22 A).

Entretanto, ao se encontrar com seu cão, Holt percebe que este não é o mesmo. Amy sabendo do plano, pega o cinturão de Cheddar e coloca a faixa em seu cofre. Jake vendo tudo pelas câmeras de segurança (figura 22 B), veste muitas pessoas como “O conto de Aia” (figura 22 C) e faz com que elas andem pela delegacia para confundi-los e trocar o cofre de Amy sem que ninguém perceba.

À medida que as pessoas fantasiadas andam, Santiago percebe e encontra Jake. Isso faz com que todos procurem o cinturão pela rua, mas onde ele realmente está, é na sala de evidências. Peralta chega lá e se surpreende ao ver Amy, pois como ela mesmo diz: “Sempre estou um passo à sua frente”, reforçando o comportamento sábio e inteligente do arquétipo que é visto nela. Logo, ela procura pela faixa e ao confirmar que uma das caixas está com o padrão de poeira diferente, ela abre e vê o cinturão (figura 22 D). Jake pede para que ela leia o que está escrito e diz e ela se emociona, ao olhar para ele, ele está ajoelhado e a pede em casamento (figura 22 E). O comportamento do casal, mesmo com diferentes personalidades, se torna a mesma em relação ao amor, deixando o roubo e o espírito competitivo de lado.

Ao aceitar o pedido, todos se reúnem no bar do Shaw's para comemorar e Holt celebra mas reforça (figura 22 F): “Já que o Peralta alterou a faixa, ninguém ganhou o roubo esse ano.” Todos riem, mas é notório o comportamento do mesmo em relação à dificuldade de não ter o controle da situação, como o arquétipo do governante, que busca ser razão em todas as situações, com sua personalidade dominante. (LYTRON, 2022).

5.3.5 Temporada 7 - Episódio 11

Este episódio conta como ao longo dos meses, alguns dos roubos de Halloween deram errado. O relato é um pouco confuso, mas é possível perceber a relação das características e arquétipos dos personagens.

Há seis meses, na sala de reuniões, todos estão preparados e ansiosos pro roubo de Halloween, pois segunda as novas regras: Não serão permitidos traições e, os parceiros sorteados terão de ser algemados; O motivo disso, é que, segundo Peralta, ao invés de trazer harmonia e sintonia ao grupo com estes desafios, eles estavam indo na direção oposta, estavam se brigando e gerando conflitos entre si.

Figura 23 - Quarto roubo.

Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²⁵

Para o sorteio dos participantes, o esquema de Jake foi manchar os envelopes com dedos de salgadinho para que os outros pensassem que estes nomes são dos mais fracos do grupo, Hitchcock e Scully (figura 23 A). Desse modo, é perceptível o arquétipo de bobo da corte no personagem Jake. Segundo Mark e Pearson (2003), esse arquétipo transforma atividades normalmente tediosas, em divertidas, com o intuito de transmitir sua leveza e alegria às outras pessoas.

Logo, ele pega um desses envelopes sujos para que Rosa o impeça e ache que ele está escolhendo seu parceiro, mas quando lê o nome: Scully! Em seguida, Amy escolhe o segundo envelope e tira: “Gepeto”, que é Charles. Terry decide não participar e logo, Peralta tira o último nome: Raymond Holt. Os dois, convencidos, já cantam vitória, pois são os melhores. Entretanto, essa façanha é realizada por Santiago, que provoca Jake para bolar o plano dos envelopes de propósito, pois conhece a personalidade dos dois e sabe que são orgulhosos e teimosos demais para trabalharem juntos.

O prêmio deste ano, será as joias do infinito, da manopla de Thanos (figura 23 B), onde as três joias foram retiradas e dadas ao Bill, mais conhecido como “Charles falso”. Ele guardará no bolso de sua calça e ficará no meio da delegacia aguardando alguém dar o primeiro passo.

Os primeiros a iniciarem o roubo são Jake e Holt, que colocam fumaça na delegacia para andarem até Bill e pegarem as joias sem que ninguém visse, mas acaba dando errado, pois tropeçam em uma cadeira que não estava no trajeto gravado

²⁵GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/81249383?trackId=200257859>. Acesso em: 03 de nov de 2022.

pelos participantes. Nesta situação e nas tentativas dos outros roubos, pode-se perceber o arquétipo criativo de Jake Peralta, pois inovar e tramar um bom plano é com ele mesmo.

As outras equipes acabam percebendo a jogada da fumaça e Holt chama seu cão, Cheddar, para pegar as pedras, mas o que ele não esperava, é que Cheddar engolissem as mesmas (figura 23 C). Com isso, eles acabam adiando o roubo de Halloween, até recuperarem as pedras novamente.

Quatro meses se passaram, é roubo de Halloween do dia dos namorados. Ele se inicia novamente com as jóias, coletadas das fezes de Cheddar, no bolso de Bill. Para a primeira jogada, Rosa e Scully encomendam várias flores para entregar ao portador das pedras, mas o ambiente acaba se lotando de flores (figura 23 D) e ela consegue pegar o prêmio, sem que ninguém percebesse, e dá as jóias para Scully, que coloca na boca. Holt vê, mas quando diz, é tarde demais, Scully acaba engolindo as jóias (figura 23 E).

Mais dois meses se passaram, roubo de Halloween do dia dos namorados da Páscoa. Scully acaba sendo substituído devido à prescrições médicas, pois tem um grave problema de saúde e não pode fazer qualquer tipo de exercício. Com isso, Rosa fica sem parceiro, mas quando Hitchcock se oferece, ela diz que prefere fazer dupla com um armário gigante, e assim foi feito.

Inicia-se a terceira tentativa de roubo, todas as equipes, sem combinarem, se vestem de coelho para irem até Bill (figura 23 F).

Figura 24 - Continuação do quarto roubo.



Fonte: GOOR e SCHUR (2013).²⁶

Simultaneamente, quando todos abriam a porta das salas onde estavam, um coelho correu mais rápido e acabou pegando as jóias no bolso do Charles falso,

²⁶GOOR, Dan; SCHUR, Michael. Brooklyn Nine-Nine. Netflix, 17 de set de 2013. Disponível em: <https://www.netflix.com/watch/81249383?trackId=200257859>. Acesso em: 03 de nov de 2022.



onde correu para o terraço e pulou, caindo em uma cama-elástica, que pegou fogo quando caiu, dizendo: Rosa (figura 24 A).

Nesta cena também pode-se perceber o espírito aventureiro da mesma, que condiz com o arquétipo explorador, que não tem medo de novos desafios e grandes obstáculos. Tal qual, assume posições difíceis por algo em que acredita. (MARK; PEARSON, 2003).

Todos a aplaudem pelo perfeito desempenho e perguntam, como ela está algemada no parceiro (figura 24 B). E então, ela mostra o puxador do armário quebrado e algemado ao braço dela, que cortou com a ajuda de Terry. Ele estava fora do desafio, mas após três roubos se passarem, ele se sentiu excluído e resolveu ajudá-la. Para finalizar, os participantes vão até o bar do Shaw's e consagram-a uma detetive incrível/gênia (figura 24 C).

5.4 DISCUSSÕES FINAIS

Com base nos episódios analisados, não é possível ter uma ação bem definida do personagem Terry de forma repetitiva nestes episódios. Mas, é reconhecível o arquétipo prestativo, aquele que transmite segurança aos seus colegas e tenta protegê-los antes de si mesmo. O famoso “paizão” do grupo, com seu comportamento altruísta, que cuida e compreende as dificuldades dos outros. “Os Prestativos frequentemente não se preocupam apenas com os próprios filhos. Eles também se preocupam com os pais, com os doentes em geral, com os pobres e com seus animais de estimação.” (MARK; PEARSON, 2003, p. 224).

Diante disso, a relação de cada personagem com um arquétipo é perceptível, como: Raymond Holt com sua personalidade forte e misteriosa, é diretamente associado aos arquétipos de mago e governante, onde muitas vezes seu comportamento demonstra autoridade e visionarismo. “Os governantes adicionam métodos e protocolos que fortalecem a ordem e a previsibilidade.” (LYTRON, 2022).

Já em Amy, pode-se perceber os arquétipos sábio e prestativo, que em diversas situações nos roubos de Halloween, ela está à frente com seu planejamento e estudo sobre o cenário onde está vivendo. A ação que faz suas atitudes agradarem os outros policiais, pode ser considerada como prestativa. “O Sábio claramente governa suas decisões sobre os meios de alavancar seu sucesso.” (MARK; PEARSON, 2003, p. 100).



O sentimento de pertencimento é uma das principais características do arquétipo cara comum, onde Charles Boyle está diretamente relacionado. “O Cara Comum adora o humor com autocrítica, que afirma aos outros e a si mesmo que ele não se leva demasiado a sério.” (MARK; PEARSON, 2003, p. 175). Boyle também aprecia a vida e diz que o mundo é perfeito, conectando-se com o arquétipo inocente, que vive o paraíso.

Rosa Diaz é aquela pessoa que gosta de aventuras e também de quebrar regras. Ela não tem medo de novos desafios e está sempre disposta a fazer o bem mesmo que isso exija descumprir a lei. Podendo ser associada ao arquétipo fora-da-lei e explorador, onde: “Os arquétipos fora da lei são céticos naturais do mundo ao seu redor e estão constantemente questionando as intenções por trás de organizações e indivíduos.” (LYTRON, 2022) e “Ele cria produtos que promovem individualidade, entusiasmo e uma maneira de experimentar coisas novas.” (LYTRON, 2022), respectivamente.

Jake Peralta é literalmente o bobo da corte da delegacia. Seu comportamento imaturo faz com que suas atitudes se tornem engraçadas, alegrando muitas vezes o dia de seus colegas. No início da série, ele e Holt têm algumas discussões, o que pode-se relacionar com o arquétipo de cada um, como: “O Bobo da Corte detesta os estraga-prazeres, as pessoas sérias demais e aquelas que não têm senso de humor.” (MARK; PEARSON, 2003, p. 206). Além de bobo, Peralta também se relaciona com o arquétipo criativo, onde teve diversas ideias incríveis para os roubos de Halloween.

Entende-se que os personagens, possuindo arquétipos distintos, completam-se dentro da narrativa do *sitcom*. Essa construção diversa e de múltiplos comportamentos pode ampliar o espectro de espectadores do show, trazendo pessoas que se identificam mais com um determinado personagem, do que com outro. Jung (2011), já tratava em suas abordagens que existem inúmeros arquétipos que habitam nas pessoas, e em uma série de entretenimento não seria diferente. O que faz pensar para futuras abordagens que em uma marca, vários arquétipos também podem ser trabalhados para fortalecer seus comportamentos com seus consumidores.



6 CONCLUSÃO

Analisar as relações arquetípicas em personagens do entretenimento é trazer à luz para questões que possam ser trabalhadas na publicidade e na comunicação. Em um universo onde marcas estão cada vez mais humanas, perceber como as personalidades se apresentam em uma série, e analisá-las pela teoria de Mark e Pearson, amplia a percepção de um publicitário, que irá transitar entre o real das marcas e o ficcional do entretenimento.

Com isso, o objetivo deste artigo, que buscava identificar os arquétipos nos personagens da série *Brooklyn Nine-Nine*, comparando suas evoluções da primeira à última temporada, responde a pergunta problema, sendo apresentada nas nuances de cada arquétipo dos personagens da série.

O objetivo específico que tratava sobre as teorias arquetípicas de Carl Jung até as teorias modernas de Mark e Pearson foi apresentado no capítulo dois. O que tratava sobre a relação entre os personagens no entretenimento e a comunicação, apresenta-se no capítulo três e, para finalizar, a análise dos arquétipos na série, fazendo um estudo de caso dos episódios dos roubos de Halloween de quatro, das sete temporadas (um, três, cinco e sete), foi apresentado no capítulo cinco.

Mas este artigo, mesmo cumprindo seus objetivos e respondendo a sua pergunta problema não se encerra por aqui, tendo novas aberturas para demais investigações. Uma delas, é analisar mais episódios que possam trazer luz ao entendimento do arquétipo de Terry, já que os capítulos analisados não o revelaram muito bem. Outra sugestão é comparar marcas com os personagens e, quem sabe, pesquisar empresas que possuem comportamentos arquetípicos que possam ser comparados com os personagens.

Em suma, é notório a importância existente nos arquétipos e como é de imensa responsabilidade de qualquer autor, em suas obras, relacionar características humanas e verdadeiras, com o comportamento do personagem. Eles têm poder de influência uns aos outros, onde se faz perceber como os personagens mudam seu comportamento, criando uma jornada arquetípica ao longo da narrativa.

REFERÊNCIAS

BIDARRA, Flávia Tavares. Reflexões sobre os arquétipos junguianos aplicados à cultura organizacional. In: CARRAMENHA, Bruno; CAPPELLANO, Thatiana; MANSI,



R. Viviane (orgs). **Ensaio sobre comunicação com empregados**. São Paulo: In House, 2015. p. 65-77. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Bruno-Carramenha/publication/339831757_Ensaio_sobre_comunicacao_com_empregados_s_multiplas_abordagens_para_desafios_complexos/links/5e920239a6fdcca7890c56b2/Ensaio-sobre-comunicacao-com-empregados-multiplas-abordagens-para-desafios-complexos.pdf#page=64. Acesso em: 19 de abr de 2022.

BRAIT, Beth. **A personagem**. São Paulo: Ática S. A., 1985. Disponível em: <https://filosoficabiblioteca.files.wordpress.com/2018/12/BRAIT-Beth-A-personagem.pdf>. Acesso em: 21 de maio de 2022.

BRASIL, Luiz Antonio de Assis. **Escrever ficção: um manual de criação literária**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

CARDOZO, Missila Loures. **A construção emocional das marcas: O uso de arquétipos e estereótipos**. Comunicação e Inovação, São Paulo, v. 5, n.9, p. 1-9. jul/dez, 2004. Disponível em: https://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/601/444. Acesso em: 18 de ago de 2022.

CASTILHOS, Gabriel. **Arquétipos na construção de personagens: um estudo de caso sobre Jake Peralta da série Brooklyn Nine-Nine**. 2020. Monografia (graduação) - Universidade Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/bitstream/handle/11338/6524/TCC%20Gabriel%20Olimiro%20de%20Castilhos.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 23 maio de 2022.

CEIA, Carlos. **Caracterização de personagens**: 2009. E-Dicionário de Termos Literários. Disponível em: <https://edtl.fcsh.unl.pt/encyclopedia/caracterizacao-de-personagens>. Acesso em: 13 de jun de 2022.

FIELD, Syd. **Manual do roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva Ltda, 1979. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/247033/mod_resource/content/1/Syd%20Field.pdf. Acesso em: 11 de jun de 2022.

GANCHÓ, Vilares Cândida. **Como analisar narrativas**. São Paulo: Ática, 1991. Disponível em: <https://letrasunip2010.webnode.com.br/files/200000008-989c398f4e/Como%20Analisar%20Narrativas.pdf>. Acesso em: 30 de maio de 2022.

JUNG, Carl Gustav; VON FRANZ, Marie-Louise. **O homem e seus símbolos**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

JUNG, Carl Gustav. **Psicologia e religião**. Rio de Janeiro: Vozes, 2011. Disponível em: encurtador.com.br/msGHK. Acesso em: 16 de abr de 2022.

LYTRON. **O Arquétipo Amante**. Disponível em: <https://lytron.eu/arquetipo-de-marca/>. Acesso em: 09 de maio de 2022.

MARK, Margaret; PEARSON, S. Carol. **O herói e o fora-da-lei: como construir marcas extraordinárias usando o poder dos arquétipos**. São Paulo: Cultrix, 2003.



MATTAR, Najib Fauze. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1994.

PEREZ, Clotilde. **Mascotes, semiótica da vida imaginária**. São Paulo: Cengage Learning, 2010. Disponível em: <https://issuu.com/cengagebrasil/docs/mascotes>. Acesso em: 23 de maio de 2022.

PROCIMAR. **Primeiro seriado da TV brasileira**. Disponível em: <http://www.procimar.com.br/primeiro-seriado-da-tv-brasileira/>. Acesso em: 30 de maio de 2022.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 1989. Disponível em: <https://climatechangoz.com/wp-content/uploads/2020/04/Metodologia-de-Pesquisa-Social-Richardson.pdf>. Acesso em 30 de maio de 2022.

SOUZA, José Carlos Aronchi de. **Gêneros e formatos na televisão brasileira**. São Paulo: Summus Editorial, 2015.